



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 2.5 Perú](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/).

Vea una copia de esta licencia en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN-TARAPOTO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



TESIS

**VALORACIÓN DE LOS ACTIVOS INTANGIBLES EN LAS EMPRESAS
AGROINDUSTRIALES DE LA PROVINCIA DE SAN MARTÍN (PERIODO-2013).**

PARA OPTAR EL TÍTULO DE:

CONTADOR PÚBLICO

AUTORES:

BACH. JULIAN CHINGUEL ORTIZ

BACH. GLODEAN JAMES TAFUR CAMPOS

ASESOR:

CPCC. AUSVER SAAVEDRA VELA

TARAPOTO – PERÚ

2015

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN-TARAPOTO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



TESIS

**VALORACIÓN DE LOS ACTIVOS INTANGIBLES EN LAS EMPRESAS
AGROINDUSTRIALES DE LA PROVINCIA DE SAN MARTÍN (PERIODO-2013).**

AUTORES:

BACH. JULIAN CHINGUEL ORTIZ

BACH. GLODEAN JAMES TAFUR CAMPOS

Econ. M.Sc. RÉNIGER SOUSA FERNÁNDEZ
PRESIDENTE

CPCC. OSCAR ANTONIO PINEDA MORALES
SECRETARIO

CPCC. M.Sc. MARTHA LIZ REÁTEGUI REÁTEGUI
MIEMBRO

CPCC. YUSVER SAAVEDRA VELA
ASESOR

DEDICATORIA

A mi señora madre Presentación Ortiz Chinguel, que con su invaluable esfuerzo me ha brindado apoyo emocional, moral y económico en todo momento, la misma que es digna de mi admiración y respeto muchas gracias por haberme permitido cumplir mi sueño.

A mi Padre José del Carmen, que siempre ha estado conmigo, el cual fue pilar en mi crecimiento, ahora desde el cielo siempre me estará guiando por el camino del bien.

Julián

A Dios por guiarme por sendas de justicia, amor y trabajo.

A mis hijos Flavio, Marcelo y Franco porque su presencia inspira en mí, las ganas de luchar y afrontar los retos con singular arrojo y valentía.

James.

AGRADECIMIENTO

A los docentes de la Universidad Nacional de San Martín, por la formación que hemos recibido a lo largo de estos cinco años, los cuales han servido para nuestro crecimiento como personas y como profesionales.

James y Julián.

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

Dando cumplimiento a las normas del Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de San Martín, se presenta la tesis denominada: “Valoración de los activos intangibles en las empresas agroindustriales de la provincia de San Martín periodo 2013”.

Señores miembros del jurado se espera que el presente trabajo de investigación sea evaluado y merezca su aprobación.

Atentamente.

Los Autores

RESUMEN

El objetivo de esta investigación es describir la valoración de los activos intangibles en las empresas agroindustriales de la provincia de San Martín año 2013. Se empleó el método inductivo Porque se obtuvo conclusiones generales a partir de premisas particulares, a través de la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de éstos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación. Los activos intangibles que están presentes en las empresas agroindustriales que forman parte de nuestro estudio son los más elementales, esto debido principalmente al tamaño de las empresas (microempresas) y a la falta de conocimiento para identificarlos, La importancia asignada a los activos intangibles presentes en las empresas es asignada de acuerdo al beneficio económico y comercial que dan las mismas. Al Catalogar los principales activos intangibles presentes en las empresas del sector agroindustriales de la provincia de San Martín. Objeto de investigación encontramos que estas si han reconocido a los activos más básicos que pueden estar presentes en una empresa, aunque la mayoría de ellos aún no los han valorado adecuadamente. Sobre los procedimientos de valoración en las empresas entrevistadas se concluye que estas no utilizan dichos procesos principalmente por falta de conocimiento y por la no obligatoriedad de la norma, además de los riesgos que implican revelar dicha información de las empresas.

ABSTRACT

The objective of this research is to describe the valuation of intangible assets in agribusiness firms in the province of San Martín 2013. Inductive method was used because general conclusions are obtained from particular premises, through the observation of facts for registration; classification and study of these.; inductive derivation of the facts and lets get to a generalization; and calibration. Intangible assets that are present in the agribusiness companies that are part of our study are the most basic, this mainly due to company size (micro) and lack of knowledge to identify them, the importance assigned to intangible assets present in the companies is allocated according to the economic and commercial benefits that give them. Al Cataloging the main intangible assets present in agribusiness enterprises sector in the province of San Martin. Under investigation found that these if they recognized the most basic assets that may be present in a company, although most of them still not been properly evaluated. On the valuation procedures in the companies interviewed concluded that these processes do not use these mainly for lack of knowledge and non-mandatory standard, in addition to the risks involved disclose such information companies.

CONTENIDO

I.	CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	9
1.1.	Formulación del problema	9
1.2.	Justificación del estudio.....	11
1.3.	Objetivos de la investigación	11
1.3.1.	Objetivo general	11
1.3.2.	Objetivos específicos.....	12
1.4.	Limitaciones de la investigación	12
1.4.1.	Espacial.....	12
1.4.2.	Temporal	12
1.5.	Hipótesis	12
1.5.1.	Variable	12
1.5.2.	Operacionalización de la variable	14
1.5.3.	Escala de medición	16
II.	CAPÍTULO II : MARCO TEÓRICO.....	17
2.1.	Antecedentes del estudio del problema	17
2.2.	Bases teóricas.....	21
2.2.1.	Los activos intangibles y el capital intelectual	21
2.2.2.	Medición de los activos intangibles.....	23
2.2.3.	Norma internacional de contabilidad N°38 y su interpretación (SIC).....	25
2.2.4.	Activos intangibles, contabilización y tratamiento contable.	31
2.2.5.	Empresas agroindustriales y sus características.	34
2.3.	Definición de términos básicos	36
III.	CAPÍTULO III : METODOLOGÍA.....	40
3.1.	Tipo de investigación.....	40
3.1.1.	Investigación aplicada	40
3.1.2.	Investigación observacional.....	40
3.1.3.	Investigación transversal	40
3.1.4.	Investigación descriptiva.....	40
3.2.	Nivel de investigación.....	40
3.2.1.	Nivel descriptivo	40
3.3.	Población muestra y unidad de análisis.....	41
3.3.1.	Universo	41
3.3.2.	Población.....	41
3.3.3.	Muestra	41
3.3.4.	Unidad de análisis	41
3.4.	Diseño de investigación.....	44
3.4.1.	Descriptivo.....	44
3.5.	Métodos de investigación	44
3.5.1.	Método inductivo	44
3.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	44
3.7.	Técnicas de procesamiento de análisis de datos.....	46
3.7.1.	Sistema de variables	47

IV. CAPÍTULO IV : RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	51
4.1. RESULTADOS DESCRIPTIVOS.....	51
4.1.1. Actividad a que se dedica la empresa	52
4.1.2. Productos ofertados por las empresas	53
4.1.3. Número de trabajadores de las empresas	54
4.1.4. Disposición de programas de capacitación para los empleados	55
4.1.5. Medios de investigación y desarrollo de nuevos productos o servicios en las empresas	56
4.1.6. Activos intangibles presentes en las empresas e importancia relativa.	57
4.1.7. Razones de la importancia de los activos intangibles	62
4.1.8. Modalidades de adquisición de los activos intangibles	63
4.1.9. Modalidades de incorporación de los activos intangibles en los estados financieros.....	64
4.1.10. Procedimiento de valoración de los activos intangibles en las empresas.....	65
4.1.11. Medios de control de las empresas sobre sus activos intangibles	66
4.1.13. Causas de los problemas y limitantes de la valoración de activos intangibles. .	67
4.2. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	69
V. CAPÍTULO V : CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	71
5.1. CONCLUSIONES	71
5.2. RECOMENDACIONES.....	
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	75
VII. ANEXOS	77

I. CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Formulación del problema

La globalización de la economía, con su progresivo proceso de apertura de mercados, ha convertido al entorno empresarial en un medio caracterizado por la alta competitividad. La empresa se abre y gestiona en un mercado global, impredecible y cambiante, donde no existen puntos de referencia estables y el entorno de incertidumbre en constante innovación, caracteriza la toma de decisiones. Se hace preciso, por tanto, no sólo asumir los cambios sino, en la medida de lo posible, adelantarse a ellos mediante la flexible y continua adaptación de estructuras, sistemas y procedimientos empresariales.

En este contexto de exigibilidad, la dirección de la empresa se ha percatado de que los activos materiales, o tangibles, pueden ser copiados de una forma más o menos sencilla y en un tiempo relativamente breve; y que son, precisamente, los denominados “activos intangibles” los que pueden diferenciar y posicionar a la empresa en la vanguardia de su sector.

El desarrollo económico de todas las empresas y particularmente los del sector agroindustrial, está basada en el conocimiento, es decir, en aspectos como la investigación, los procesos productivos y la experiencia, entre otras características, las cuales generan ventajas competitivas aplicadas en los bienes y servicios que producen.

El Perú es un país que tiene enormes potencialidades en cuanto a sus recursos naturales y fortunas agropecuarias que vienen siendo aprovechadas por empresas de corte agroindustrial quienes en su lucha incesante por desarrollarse y ser competitivas en el mercado nacional y global adoptan muchas medidas ligadas al marketing empresarial, cumplimiento cabal de las normas contables y tributarias sin ver retribuido el esfuerzo ya que sus estados financieros muchas veces reflejan pérdidas o ganancias ínfimas, esto debido a que no se tiene en cuenta , a las activos intangibles.

En los últimos años en la Región San Martín, el desarrollo económico proveniente de la agroindustria no ha dejado de crecer y, sobre todo, se

hace cada día más evidente. Éstas son organizaciones productoras de bienes y servicios comprometidas con el desarrollo y producción de nuevos productos o procesos de fabricación innovadores, a través de la aplicación sistemática de conocimientos técnicos y científicos. La especialización del capital humano permite un cubrimiento estratégico de los diversos frentes de la empresa, brindando solidez y capacidad para integrar múltiples conocimientos en el enriquecimiento de los procesos.

Ciertamente, la administración de los activos intangibles es un concepto relevante para todo tipo de empresas, la cual debe estar orientada hacia la identificación, medición, valoración y registro del valor agregado que incorporan dichos activos y a aumentar la eficiencia de los mismos en la generación de valor para la empresa.

Es evidente que si los problemas asociados al reconocimiento y a la valoración de activos intangibles es válido para muchas empresas en el contexto internacional, es lógico suponer que lo será también para las empresas peruanas y en particular, empresas de bases agroindustriales, dado que los procesos de globalización pueden haber incidido en la amplia y rápida difusión de las características básicas que distingue en todo el mundo a las pequeñas y medianas empresas de ese tipo.

En función de estas consideraciones, y de la creciente importancia que para el Estado Peruano poseen las empresas de base agroindustriales, la investigación planteada está enfocada primordialmente en identificar en estas empresas sus activos intangibles, cómo los valoran y establecer si existen problemas o limitantes para la valoración de los mismos, la investigación se orienta a la búsqueda de respuestas a las siguientes interrogantes:

1.1.1. Problema general:

¿Cómo es la valoración de los activos intangibles en las Empresas Agroindustriales de la Provincia de San Martín (periodo- 2013)?

1.1.2. Problemas específicos:

P1: ¿Cuáles son las clasificaciones existentes de los activos intangibles en las empresas?

P2: ¿Cuáles son los métodos utilizados para la valoración de los activos intangibles en las Empresas Agroindustriales de la provincia de San Martín?

P3: ¿Existen problemas o limitantes para valorar los activos intangibles en las Empresas Agroindustriales de la provincia de San Martín?

1.2. Justificación del estudio

El problema de investigación planteado encuentra una primera justificación de orden académico en razón de la importancia teórica, epistémica y metodológica que la valoración de activos intangibles tiene para la ciencia contable, dada la creciente necesidad que tienen las empresas de ampliar su información útil para la toma de decisiones gerenciales acertadas, necesidad que es aún mayor para las empresas agroindustriales en virtud de sus características operacionales.

La importancia de la presente investigación radica en que aporta teorías y conocimientos prácticos a los problemas que enfrentan las empresas agroindustriales de la provincia de San Martín para identificar y valorar sus activos intangibles, lo que representaría un avance para su consideración formal y explícita como factores competitivos cuya gestión debe recibir tratamiento preferencial en un tipo de empresas cuya importancia económica ha venido aumentando durante los últimos años por su demanda de empleo especializado y por el valor que poseen los productos y servicios que generan.

En segundo lugar, esta investigación aporta información de interés tanto para la comunidad empresarial como para el sector universitario radicado en la provincia de San Martín y en el resto del país, especialmente para los estudiantes de la carrera de Contaduría Pública, contribuyendo de esta manera a la formación de conocimientos científicos en el área de la ciencia contable.

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Describir la valoración de los activos intangibles en las empresas agroindustriales de la provincia de San Martín (periodo-2013)

1.3.2. Objetivos específicos

- Catalogar los principales activos intangibles presentes en las empresas del sector agroindustriales de la provincia de San Martín.
- Determinar los métodos de valoración de los principales activos intangibles de las empresas agroindustriales de la provincia de San Martín.
- Establecer si existen problemas o limitantes para valorar los activos intangibles de las empresas agroindustriales de la provincia de San Martín.

1.4. Limitaciones de la investigación

1.4.1. Espacial

La investigación se realizará en el ámbito de la provincia de San Martín, teniendo como unidades de análisis a las empresas Agroindustriales ubicadas en ella y como ámbito de análisis de los datos recopilados la universidad nacional San Martín.

1.4.2. Temporal

El tiempo en que se desarrollara la investigación es de 16 semanas; así mismo el periodo objeto de estudio es el año 2013.

1.5. Hipótesis

La presente investigación cuenta con una hipótesis de trabajo además cuenta con tres hipótesis específicas que dan las posibles respuestas a los problemas planteados.

1.5.1. Hipótesis general:

“La valoración de los activos intangibles en las Empresas Agroindustriales de la provincia de San Martín es inadecuada y utilizado mínimamente.”

1.5.2. Hipótesis específicas:

H₁: No existe una clasificación única de activos intangibles; que se pueda considerar valido para todas las empresas.

H₂: No existe un método único de valoración de activos intangibles indudablemente valido para cualquier empresa y en distintas circunstancias.

H₃: La valoración de activos intangibles no se lleva a cabo, porque las empresas no poseen al alcance de sus manos los diferentes métodos de valoración de activos intangibles, ni profesionales que los puedan asesorar.

1.5.3. Variable

El propósito de toda investigación es describir y explicar la variación en el mundo. Es decir, los cambios que ocurren de manera natural en el mundo o que son causados debido a una manipulación. Las variables son nombres que damos a las variaciones que deseamos explicar. Las variables son importantes de comprender pues son unidades básicas de información que se estudia e interpreta en una investigación. Los investigadores cuidadosamente analizan e interpretan los valores de cada variable para entender cómo se relacionan las cosas en un estudio descriptivo o lo que ha sucedido en un experimento. Existen investigaciones descriptivas univariados es decir que solo presentan, una variable del cual se describirá sus propiedades, características y su utilización en las empresas objeto de nuestro estudio. En tal sentido la variable que nos propusimos estudiar es:

Variable de estudio: valoración de los activos intangibles.

1.5.4. Operacionalización de la variable

La operacionalización de la variable: “Valoración de los activos intangibles en las empresas agroindustriales de la provincia de San Martín”.

Variable de estudio : Valoración de los activos intangibles

Tipo de variable : Cuantitativa.

Tabla 1: Operacionalización de la variable

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
VALORACIÓN DE ACTIVOS INTANGIBLES	Cuantificación monetaria de los efectos financieros derivados de las transacciones, transformaciones internas y otros eventos, atendiendo a los atributos de los elementos a valuar, con el fin de captar el valor económico más objetivo de los activos intangibles de una entidad.	Proceso que realizan las empresas para obtener la Cuantificación monetaria de los efectos financieros derivados de las transacciones, transformaciones internas y otros eventos, con el fin de captar el valor económico más objetivos de los activos intangibles	<p>Catalogar los principales activos intangibles.</p> <p>Determinar los métodos de valoración de los activos intangibles.</p> <p>Establecer si existen problemas o limitantes para valorar los activos intangibles.</p>	<p>Activos intangibles que poseen o manejan las empresas.</p> <p>Empresas que conocen los métodos de valoración de activos intangibles.</p> <p>Empresas que aplican los métodos de valoración de activos intangibles.</p> <p>Empresas que valorizan sus activos intangibles de una manera adecuada.</p> <p>Empresas que valorizan sus activos intangibles con exactitud y de acuerdo a las normas vigentes (Nic 38).</p>	porcentual

Fuente: elaboración propia

1.5.5. Escala de medición

Al operacionalizar la variable de estudio se determinó que la misma sería una variable cuantitativa, para la cual se utilizará la escala porcentual, que mide con qué frecuencia se dan los resultados los cuales nos permitirán establecer un orden entre los elementos medidos y su relevancia dentro de la empresa.

II. CAPÍTULO II : MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del estudio del problema

Entre los principales antecedentes que ayudaron a desarrollar de una manera óptima la presente investigación tenemos las siguientes tesis que detallan y abordan el estudio de los activos intangibles de diferentes puntos de vista y teniendo en cuenta todos los aspectos y características que estos presentan:

Macagan Beatriz, C. (2007). En su tesis doctoral “Condicionantes e implicación de revelar activos intangibles”; tiene como objetivo; analizar si existe una relación entre la revelación de activos intangibles, publicados en el informe anual, en el año 2002 y la rentabilidad de las acciones de las empresas, en el año 2003; se plantea como hipótesis de investigación más importante; “Existe probabilidad de relación positiva entre la extensión de la revelación del total de activos intangibles, publicados en el informe anual del año 2002, y la rentabilidad de las acciones, superior a la media de la muestra, obtenida en 2003”. Entre los resultados más importantes que logro en su investigación, tenemos: La diferencia entre el precio de la acción y el valor contable se reduce cuando la dirección revela voluntariamente sus intangibles indicando la importancia de los mismos. Los resultados también apuntan que cuanto mayor es el capital flotante, la rentabilidad y el grado de monopolio, menor será la extensión de la revelación de los activos intangibles de las empresas que cotizan en la bolsa de valores. Por otra parte, cuanto mayor son las ventas, las exportaciones, el endeudamiento, el ratio del precio de la acción sobre el valor contable y la antigüedad de la empresa, más extensa será la revelación de sus activos intangibles. En cuanto a la relación positiva entre la extensión de la revelación de la revelación del total de activos intangibles y la rentabilidad de las acciones; no es rechazada, esto quiere decir que cuanto mayor es la diferencia entre el precio sobre el valor contable de la acción, mayor es la extensión de la revelación de los activos intangibles.

Álvarez Villanueva, C. (2010). En su trabajo de tesis. “Hacia un nuevo modelo de valoración de intangibles”, tiene como objetivos; evaluar que a pesar de existir multitud de métodos de valoración, ninguno es válido por

sí mismo de forma integral en cualquier entorno, conocer si poseen las compañías al alcance de su mano los diferentes métodos de valoración de intangibles, investigar si faltan conocimientos en el ámbito de los activos intangibles y una persona o equipo en la empresa que puedan hacerse cargo de ellos; se plantea como hipótesis de investigación; “No existe un método único de valoración de activos intangibles indudablemente válido para cualquier empresa y en distintas circunstancias, A pesar de que existe una evolución notable en el reconocimiento de los activos intangibles, éstos no son comunicados de manera eficaz para su correcta gestión e inclusión en informes de empresas, impidiendo así la normalización de la valoración de los mismos, La valoración de activos intangibles no se lleva a cabo muchas veces porque las compañías no poseen al alcance de su mano los diferentes métodos de valoración de intangibles, ni es muchas veces posible contar con un experto que les pueda asesorar en ello”. Entre los resultados más importantes que logro en su investigación tenemos: Tanto el estudio documental como el empírico determinan que es necesaria una clasificación de activos intangibles pormenorizada, sin embargo, el grado de detalle dependerá de las circunstancias y del esfuerzo que suponga; no existe consenso en cuanto al tipo de método de valoración de activos intangibles a emplear, Cada uno ofrece unas ventajas o posee unos inconvenientes que deben ser considerados en función del momento o situación en el que sea utilizado, Pero es fundamental tener en cuenta que la elección de un método ha de conllevar mantener su uso en el tiempo, para poder tener unos resultados comparables y conclusivos; La elección de un método de valoración supone no sólo conocer las características de la empresa y de su entorno para optar por el más adecuado, sino también considerar el objetivo de dicha medición: transacción, gestión o contabilidad. En función de él, se ha de optar por una tipología de métodos u otra. Es por este motivo esencial conocer claramente el propósito del proyecto de valoración para obtener resultados válidos. Al validar las hipótesis planteadas en la presente investigación se concluyó: A través del estudio documental se comprobó la veracidad de que no existe un método único de valoración de activos intangibles indudablemente válido para cualquier empresa y en distintas

circunstancias, además, el trabajo de campo corroboró dicha respuesta; además es cierto que La valoración de activos intangibles no se lleva a cabo muchas veces porque las compañías no poseen al alcance de su mano los diferentes métodos de valoración de intangibles, ni es muchas veces posible contar con un experto que les pueda asesorar en ello.

Beltrán Guerrero, L. (2009). En su tesis inédita. “Los activos intangibles en las empresas tecnológicas del sector servicios adscritas a la ZOLCCYT del estado de Mérida”; tiene como objetivo; proponer lineamientos para valorar los activos intangibles en las empresas tecnológicas del sector servicios; se plantea como hipótesis de investigación; “la inadecuada o nula valoración de los activos intangibles en las empresas tecnológicas se debe al desconocimiento de métodos o procedimientos de valuación de los principales activos intangibles”. Entre los resultados más importantes que logro en su investigación tenemos: La necesidad de medir los activos intangibles empresariales ha llevado a la proposición de una amplia variedad de métodos y teorías orientadas a tal fin en los últimos años, tanto monetarios (empleando mediciones contables o de mercado) como no monetarios, estos dos enfoques ofrecen por separado una visión y entendimiento generalizado respecto a la importancia que éstos activos poseen para el logro de mayores niveles de desempeño, sin embargo, han presentado limitaciones de subjetividad y dificultades de procedimiento en su aplicación, no sólo en la medición, sino también en la interpretación de los valores de sus indicadores; son muy pocas las empresas que registran los activos intangibles a su disposición en sus estados financieros, bien como costos en el balance o como notas anexas. De aquellas que lo hacen, también son muy pocas las que utilizan algún procedimiento de valoración de estos activos; con relación a los medios de control sobre sus activos intangibles, también son muy pocas las empresas que manifestaron poseer y utilizar alguno a su disposición. Se trata, en general, de las empresas desarrolladoras de software, debido a que poseen derechos de autor y propiedad intelectual como defensa legal. En cuanto a la relación entre la falta de conocimiento de métodos de valoración de los activos intangibles y la inadecuada valoración de estos activos, si existe relación significativa.

Alejo Becerril, A., Sánchez Torres, P. (2012). En su tesis de investigación: “Los Activos Intangibles en las Empresas”, plantean como hipótesis “Actualmente en México la mayoría de las empresas carecen del conocimiento de la existencia de los activos intangibles, al margen de esto, pasan desapercibidos y en lugar de poderlo considerarlo como una inversión, lo manejan directamente como un gasto” trata de dar un mejor entendimiento de los activos intangibles, que se definen como un bien inmaterial que implica un derecho o un privilegio en beneficio de una empresa, para tener derecho al uso o explotación de los mismos. Los activos intangibles se valúan a su costo de adquisición o generados internamente, se espera que producirán ingresos en el futuro, su costo se difiere y será aplicado como un gasto en periodos posteriores, el valor real del intangible radica en su capacidad para generar utilidades, pues de no ser así no exige justificación para asignarles un valor en el estado de situación financiera.

Cataño Funes, Y. (2010). En el presente estudio: “Valuación de los Activos Intangibles. Caso de la UNAM” , tiene como objetivo de esta investigación es valorar a los activos intangibles por medio del análisis de los indicadores que se usan en los modelos para valorar el capital intelectual, para compararlos especialmente con los Indicadores Estratégicos de Desempeño que calcula la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), por ser el caso de estudio de esta investigación y así poder medir los activos intangibles generados por la institución e informar sobre ellos, en la cual afirma, No existe un modelo aplicable a todas las organizaciones por igual. Por la misma naturaleza de los activos intangibles, es evidente que cada organización genera diferentes tipos de activos intangibles, por lo que cada entidad tendrá que adecuar los indicadores y el peso que se les dará, de acuerdo con su realidad y con los intangibles que posea.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Los activos intangibles y el capital intelectual

Capcha (2009, p.6) manifiesta lo siguiente; Los activos intangibles representan derechos o privilegios que se adquieren con la intención de que aporten beneficios específicos a las operaciones de la entidad durante periodos que se extienden más allá de aquel en que fueron adquiridos, el requisito que deben cumplir para ser reconocidos como activos y no como gastos es que exista una razonable certeza de que serán capaces de generar beneficios para la empresa, ya sea incrementando los ingresos o reduciendo los costos, en un monto suficiente que permitan sean absorbidos a través de su amortización. Se dividen en dos grupos: identificables y los no identificables; los primeros incluyen entre otros, patentes, franquicias, marcas, concesiones, derechos sobre líneas telefónicas, base de datos, servidumbre y derecho de aguas. Los activos intangibles son una serie de recursos que pertenecen a la organización, pero que no están valorados desde un punto de vista contable. También son activos intangibles las capacidades que se generan en la organización cuando los recursos empiezan a trabajar en grupo, mucha gente en lugar de capacidades habla de procesos, o rutinas organizativas. Por lo que, el conocimiento asociado a una persona y a una serie de habilidades personales se convierte en sabiduría, y finalmente el conocimiento asociado a una organización y a una serie de capacidades organizativas se convierte en Capital Intelectual.

El Capital Intelectual es la variable utilizada para medir el conocimiento organizativo. Se describe como los recursos intangibles de una organización y es evaluado como la diferencia entre el valor de mercado y el valor contable de la empresa. La esencia del Capital Intelectual es explicar la capacidad de futuras ganancias de la empresa con una perspectiva más profunda, amplia y humana que la presentada en los informes financieros. El Capital Intelectual está formado por capital humano, (valor base, valor de relaciones y valor potencial) y capital estructural, es decir, todo aquello que permanece en la empresa cuando los empleados se van a casa, es decir, sistemas de información, bases

de datos, software de tecnologías de la información, etc. El capital humano representa el conocimiento, habilidad y capacidad de los empleados para proporcionar soluciones a los clientes. El capital estructural está integrado por el capital organizativo y los usuarios del sistema educativo, sean empleados o comunidad en general. En su camino hacia unas normas contables globales, el IASC se ha topado con esa tremenda e inevitable realidad de la economía de nuestros días que son los Intangibles, constatando las significativas diferencias existentes entre las normas IASC y las procedentes de los diferentes emisores nacionales. El IASC concluyó su último trabajo sobre Activos Intangibles en 1998, dando lugar a la emisión de una norma, la NIC 38. También el IASC, haciéndose eco de importantes propuestas internacionales y en línea con recientes investigaciones sobre medición y gestión sobre intangibles, plantea la vía de la información suplementaria, esto es, información que se ha de presentar fuera de los Estados Financieros - notas a los mismos incluidas- mediante la que podrían suministrarse comentarios cualitativos de la dirección, además de predicciones sobre futuros flujos de caja o valoraciones procedentes de expertos independientes.

Tabla 2: Clasificación de los intangibles de Hendriksen y Van Breda (1992).

Intangibles Tradicionales	Gastos Diferidos
Razones sociales	Publicidad y promoción
Derechos de autor	Anticipos a autores
Acuerdos de no competencia	Gastos en el desarrollo de software
Franquicias	Gastos de emisión de deudas
Intereses futuros	Costes legales
Fondo de comercio	Investigación de mercado
Licencias	Costes de organización
Concesiones	Gastos de constitución
Patentes	Gastos de reestructuración
Maquetas originales	Reparaciones
Procesos secretos	Costes de investigación y desarrollo
Marcas	Gastos de establecimiento
Nombre comerciales	Costes de formación

Fuente: Elaboración propia.

2.2.2. Valoración de los activos intangibles

Ayala (2001, p.1557) aporta las siguientes ideas; la medición consiste en la recopilación de datos y su utilización mediante el empleo de una serie de normas adoptadas. La dificultad aparece cuando se desea expresar numéricamente opiniones, ideales, sentimientos, prejuicios, etc. de un determinado grupo. A raíz de lo dicho, podemos diferenciar las variables cuantitativas, que son aquellas expresadas en forma numérica de las cualitativas, que son aquellas expresadas en forma simbólica. La medición es válida cuando se puede demostrar de alguna manera lo que se mide.

Los métodos aceptables de valoración de los activos intangibles identificables y de la propiedad intelectual se pueden dividir en tres grandes categorías, a saber, los basados en el mercado, los basados en el costo y los basados en cálculos aproximados de beneficios económicos pasados y futuros.

En una situación ideal, un experto independiente siempre preferirá determinar un valor de mercado a la luz de transacciones de mercado comparables, lo que ya resulta bastante difícil cuando se trata de tasar activos tangibles, ya que nunca es posible encontrar una transacción que resulte realmente comparable. Cuando se tasa un elemento de propiedad intelectual, buscar una transacción de mercado equivalente es prácticamente inútil. Esto no se debe sólo a la falta de compatibilidad, sino también al hecho de que la propiedad intelectual generalmente no nace de un objetivo de venta, y muchas ventas en general constituyen tan sólo una pequeña parte de grandes transacciones y las informaciones son guardadas con gran recelo. Hay otros impedimentos que limitan la utilidad de este método, en concreto, los compradores especiales, las distintas habilidades de negociación y los efectos deformadores causados por los picos y las depresiones de los ciclos económicos.

Los métodos basados en el costo, como el “costo de crear” o el “costo de sustituir” un activo determinado, parten del principio de que existe algún tipo de relación entre el costo y el valor. Poco se puede decir de este enfoque aparte de que resulta de fácil utilización. En este método

no se tiene en cuenta el valor cambiante del dinero conforme pasa el tiempo ni el costo del mantenimiento.

Los métodos de valoración que se derivan de un cálculo aproximado de los beneficios económicos pasados y futuros (que también se han dado en llamar métodos de ingresos) pueden desglosarse en cuatro categorías: 1) capitalización de ganancias históricas, 2) métodos diferenciales de beneficios brutos, 3) métodos de beneficios extraordinarios y 4) el método del cálculo del ahorro en regalías.

Con *la capitalización de ganancias históricas* se obtiene el valor de los derechos de propiedad intelectual al multiplicar la rentabilidad histórica mantenible del activo por un múltiplo que ha sido determinado tras calcular el vigor relativo de los derechos de propiedad intelectual por ejemplo, se llega a un múltiplo determinado después de evaluar una marca en función de algunos factores como la dirección, la estabilidad, la cuota del mercado, la internacionalidad, la tendencia a la rentabilidad, y el apoyo y la protección de la comercialización y la publicidad. Aunque en este proceso de capitalización se toman en cuenta ciertos factores importantes, existen grandes defectos que se relacionan, en su mayoría, con la capacidad histórica de generar ganancias. Se puede decir que este método está poco orientado hacia el futuro.

A menudo, *los métodos diferenciales de beneficios brutos* se relacionan con la valoración de marcas. Mediante estos métodos se examinan las diferencias entre los precios de venta, realizando las correcciones necesarias según las diferencias entre los costos de comercialización. Es allí donde reside la diferencia entre el margen de ganancia de un producto de marca y/o patentado y un producto sin marca o genérico. Esta fórmula se usa para calcular flujos de efectivo y valores. Resulta mucho más fácil reconocer equivalentes genéricos e identificar diferencias de precios en el caso de una marca de productos a la venta que en el de una patente.

Mediante *el método de beneficios extraordinarios* se examina el valor actual de los activos tangibles netos y se lo emplea como un parámetro para establecer la tasa de rentabilidad. Se lo usa para calcular las ganancias necesarias con el fin de alentar a los inversores a que inviertan en dichos activos tangibles netos. Todo beneficio obtenido

además de las ganancias necesarias para alentar a los inversores se considera como un excedente atribuible a los derechos de P.I. Este método, que en teoría se apoya en los beneficios económicos futuros provenientes del uso de un activo, no se adapta fácilmente a los usos alternativos del mismo.

Con *el método del cálculo del ahorro en regalías* se examina lo que el comprador podría comprar, o estaría dispuesto a pagar, por una licencia o un elemento similar del derecho de propiedad intelectual. Luego, las regalías se capitalizan reflejando la relación entre riesgos y rentabilidad de la inversión en el activo.

2.2.3. Norma internacional de contabilidad N°38 y su interpretación (SIC).

Instituto Pacífico (2014, p.3) en su revista de investigación y actualidad empresarial manifiesta; con frecuencia, las entidades emplean recursos, o incurren en pasivos, para la adquisición, desarrollo, mantenimiento o mejora de recursos intangibles tales como el conocimiento científico o tecnológico, el diseño e implementación de nuevos procesos o nuevos sistemas, las licencias o concesiones, la propiedad intelectual, los conocimientos comerciales o marcas (incluyendo denominaciones comerciales y derechos editoriales). Otros ejemplos comunes de partidas que están comprendidas en esta amplia denominación son los programas informáticos, las patentes, los derechos de autor, las películas, las listas de clientes, los derechos por servicios hipotecarios, las licencias de pesca, las cuotas de importación, las franquicias, las relaciones comerciales con clientes o proveedores, la lealtad de los clientes, las cuotas de mercado y los derechos de comercialización.

No todos los activos descritos en el párrafo anterior cumplen la definición de activo intangible, esto es, identificabilidad, control sobre el recurso en cuestión y existencia de beneficios económicos futuros. Si un elemento incluido en el alcance de esta Norma no cumpliera la definición de activo intangible, el importe derivado de su adquisición o de su generación interna, por parte de la entidad, se reconocerá como un gasto del periodo en el que se haya incurrido. No obstante, si el

elemento se hubiese adquirido dentro de una combinación de negocios, formará parte de la plusvalía reconocida en la fecha de adquisición.

Identificabilidad: La definición de un activo intangible requiere que éste sea identificable para poderlo distinguir de la plusvalía. La plusvalía reconocida en una combinación de negocios es un activo que representa los beneficios económicos futuros que surgen de otros activos adquiridos en una combinación de negocios que no están identificados individualmente y reconocidos de forma separada. Los beneficios económicos futuros pueden proceder de sinergias entre los activos identificables adquiridos o de activos que, individualmente, no cumplen las condiciones para su reconocimiento en los estados financieros.

Control: Una entidad controlará un determinado activo siempre que tenga el poder de obtener los beneficios económicos futuros que procedan de los recursos que subyacen en el mismo, y además pueda restringir el acceso de terceras personas a tales beneficios. La capacidad que la entidad tiene para controlar los beneficios económicos futuros de un activo intangible tiene su justificación, normalmente, en derechos de tipo legal que son exigibles ante los tribunales. En ausencia de tales derechos de tipo legal, será más difícil demostrar que existe control. No obstante, la exigibilidad legal de un derecho sobre el elemento no es una condición necesaria para la existencia de control, puesto que la entidad puede ejercer el control sobre los citados beneficios económicos de alguna otra manera.

Reconocimiento y medición: Un activo intangible se reconocerá si, y sólo si: (a) es probable que los beneficios económicos futuros que se han atribuido al mismo fluyan a la entidad; y (b) el costo del activo puede ser medido de forma fiable. La entidad evaluará la probabilidad de obtener beneficios económicos futuros utilizando hipótesis razonables y fundadas, que representen las mejores estimaciones de la gerencia respecto al conjunto de condiciones económicas que existirán durante la vida útil del activo. Una entidad utilizará su juicio para evaluar el grado de certidumbre asociado al flujo de beneficios económicos futuros que sea atribuible a la utilización del activo, sobre la base de la evidencia

disponible en el momento del reconocimiento inicial, otorgando un peso mayor a la evidencia procedente de fuentes externas.

Un activo intangible se medirá inicialmente por su costo normalmente, el precio que una entidad paga para adquirir separadamente un activo intangible reflejará las expectativas acerca de la probabilidad de que los beneficios económicos futuros incorporados al activo fluyan a la entidad. En otras palabras, la entidad esperará que haya una entrada de beneficios económicos, incluso si existe incertidumbre sobre la fecha o el importe de éstos. Por tanto, el criterio de reconocimiento de la probabilidad se considerará siempre satisfecho en el caso de activos intangibles adquiridos de forma separada. Además, el costo de un activo intangible adquirido de forma independiente puede, habitualmente, ser medido con fiabilidad. Esto es particularmente válido cuando la contrapartida por la compra adopta la forma de efectivo o de otros activos monetarios.

De acuerdo con la NIIF 3 Combinaciones de Negocios, cuando se adquiera un activo intangible en una combinación de negocios, su costo será su valor razonable en la fecha de adquisición. El valor razonable de un activo intangible reflejará las expectativas acerca de la probabilidad de que los beneficios económicos futuros incorporados al activo fluyan a la entidad. En otras palabras, la entidad esperará que haya una entrada de beneficios económicos, incluso si existe incertidumbre sobre la fecha o el importe de éstos. Por tanto, el criterio de reconocimiento de la probabilidad que figura en las secciones anteriores se considerará siempre satisfecho en el caso de activos intangibles adquiridos en una combinación de negocios. Cuando un activo adquirido en una combinación de negocios sea separable o surja de derechos contractuales o de otro tipo legal, existirá información suficiente para medir con fiabilidad su valor razonable. Por tanto, el criterio de valoración de la fiabilidad incluido en la norma se considerará siempre satisfecho en el caso de activos intangibles adquiridos en las combinaciones de negocios. De acuerdo con esta Norma y la NIIF 3 (revisada en 2008), una adquirente reconocerá un activo intangible de la adquirida, en la fecha de la adquisición, de forma separada de la plusvalía, con independencia de que el activo haya sido reconocido por

la adquirida antes de la combinación de negocios. Esto significa que la adquirente reconocerá como un activo, de forma separada de la plusvalía, un proyecto de investigación y desarrollo en curso de la adquirida si el proyecto satisface la definición de activo intangible.

Cuando un activo intangible adquirido en una combinación de negocios sea separable o surja de derechos contractuales o de otro tipo, existirá información suficiente para medir con fiabilidad su valor razonable. Cuando exista un rango de posibles resultados con diferentes probabilidades para las estimaciones empleadas para medir el valor razonable de un activo intangible, esa incertidumbre se tendrá en cuenta en la medición del valor razonable del activo. Un activo intangible adquirido en una combinación de negocios podría ser independiente, pero sólo si se le considera junto con otro activo tangible o intangible asociado al mismo. Por ejemplo, es posible que el título con el que se publica una revista no pudiera ser capaz de ser vendido de forma separada de la base de datos asociada de suscriptores, o una marca para agua de manantial podría estar asociada con un manantial concreto y podría no ser vendida independientemente del mismo. En tales casos, el adquirente reconocerá el grupo de activos como un único activo, independientemente de la plusvalía, si los valores razonables de los activos del grupo no se pueden medir de forma fiable. Un caso similar es el de los términos “marca” y “nombre comercial”, que son a menudo empleados como sinónimos de marca registrada y otro tipo de marcas. Sin embargo, los primeros son términos comerciales generales, normalmente usados para hacer referencia a un grupo de activos complementarios como una marca registrada (o marca de servicios) junto a un nombre comercial, fórmulas, componentes y experiencia tecnológica asociados a dicha marca. La entidad adquirente reconocerá como un activo individual un grupo de activos intangibles complementarios, entre los que se incluya una marca, siempre que los valores razonables individuales de los activos complementarios no se puedan medir con fiabilidad. Si los valores razonables de los activos complementarios se pudieran medir con fiabilidad, la adquirente podrá reconocerlos como un activo individual suponiendo que los activos individuales tengan vidas útiles similares.

2.2.4. Norma internacional de contabilidad N° 16 y su interpretación (SIC)

Instituto Pacífico (2014, p.6) Un elemento de propiedades, planta, equipo e intangibles, que cumpla las condiciones para ser reconocido como un activo, se medirá por su costo. El costo de los elementos de propiedades, planta y equipo comprende: Su precio de adquisición, incluidos los aranceles de importación y los impuestos indirectos no recuperables que recaigan sobre la adquisición, después de deducir cualquier descuento o rebaja del precio. Todos los costos directamente atribuibles a la ubicación del activo en el lugar y en las condiciones necesarias para que pueda operar de la forma prevista por la gerencia. La estimación inicial de los costos de desmantelamiento y retiro del elemento, así como la rehabilitación del lugar sobre el que se asienta, la obligación en que incurre una entidad cuando adquiere el elemento o como consecuencia de haber utilizado dicho elemento durante un determinado periodo, con propósitos distintos al de producción de inventarios durante tal periodo. Son ejemplos de costos atribuibles directamente: los costos de beneficios a los empleados, que procedan directamente de la construcción o adquisición de un elemento de propiedades, planta, equipo e intangibles; los costos de preparación del emplazamiento físico; los costos de entrega inicial y los de manipulación o transporte posterior; los costos de instalación y montaje; los costos de comprobación de que el activo funciona adecuadamente, después de deducir los importes netos de la venta de cualesquiera elementos producidos durante el proceso de instalación y puesta a punto del activo; y los honorarios profesionales. La entidad aplicará la NIC 2 Inventarios para contabilizar los costos derivados de las obligaciones por desmantelamiento, retiro y rehabilitación del lugar sobre el que se asienta el elemento, en los que se haya incurrido durante un determinado periodo como consecuencia de haber utilizado dicho elemento para producir inventarios. Las obligaciones por los costos contabilizados de acuerdo con la NIC 2 o la NIC 16 se reconocerán y medirán de acuerdo con la NIC 37 Provisiones, Pasivos Contingentes y Activos Contingentes. Ejemplos de costos que no forman parte del costo de un elemento de propiedades, planta y equipo son los siguientes: costos de apertura de una nueva instalación

productiva; los costos de introducción de un nuevo producto o servicio (incluyendo los costos de actividades publicitarias y promocionales); los costos de apertura del negocio en una nueva localización o dirigirlo a un nuevo segmento de clientela (incluyendo los costos de formación del personal); y los costos de administración y otros costos indirectos generales. El reconocimiento de los costos en el importe en libros de un elemento de propiedades, planta y equipo terminará cuando el elemento se encuentre en el lugar y condiciones necesarias para operar de la forma prevista por la gerencia. Por ello, los costos incurridos por la utilización o por la reprogramación del uso de un elemento no se incluirán en el importe en libros del elemento correspondiente. Por ejemplo, los siguientes costos no se incluirán en el importe en libros de un elemento de propiedades, planta y equipo: costos incurridos cuando un elemento, capaz de operar de la forma prevista por la gerencia, todavía tiene que ser puesto en marcha o está operando por debajo de su capacidad plena; pérdidas operativas iniciales, tales como las incurridas mientras se desarrolla la demanda de los productos que se elaboran con el elemento; y costos de reubicación o reorganización de parte o de la totalidad de las operaciones de la entidad. Algunas operaciones, si bien relacionadas con la construcción o desarrollo de un elemento de propiedades, planta y equipo, no son necesarias para ubicar al activo en el lugar y condiciones necesarios para que pueda operar de la forma prevista por la gerencia. Estas operaciones accesorias pueden tener lugar antes o durante las actividades de construcción o de desarrollo. Por ejemplo, pueden obtenerse ingresos mediante el uso de un solar como aparcamiento hasta que comience la construcción. Puesto que estas operaciones accesorias no son imprescindibles para colocar al elemento en el lugar y condiciones necesarios para operar de la forma prevista por la gerencia, los ingresos y gastos asociados a las mismas se reconocerán en el resultado del periodo, mediante su inclusión dentro las clases apropiadas de ingresos y gastos. El costo de un activo construido por la propia entidad se determinará utilizando los mismos principios que si fuera un elemento de propiedades, planta y equipo adquirido. Si la entidad fabrica activos similares para su venta, en el curso normal de su operación, el costo del

activo será, normalmente, el mismo que tengan el resto de los producidos para la venta (véase la NIC 2). Por tanto, se eliminará cualquier ganancia interna para obtener el costo de adquisición de dichos activos. De forma similar, no se incluirán, en el costo de producción del activo, las cantidades que excedan los rangos normales de consumo de materiales, mano de obra u otros factores empleados. En la NIC 23 Costos por Préstamos, se establecen los criterios para el reconocimiento de los intereses como componentes del importe en libros de un elemento de propiedades, planta y equipo construido por la propia entidad.

2.2.5. Activos intangibles, contabilización y tratamiento contable.

Hirache, Gonzales (2013, p.228) aportan que los activos intangibles están representados en el plan contable general empresarial en la clase 3 Activo Inmovilizado, cuenta 34 intangibles, que agrupa las subcuentas que representan activos identificables, de carácter no monetario y sin sustancia o contenido físico.

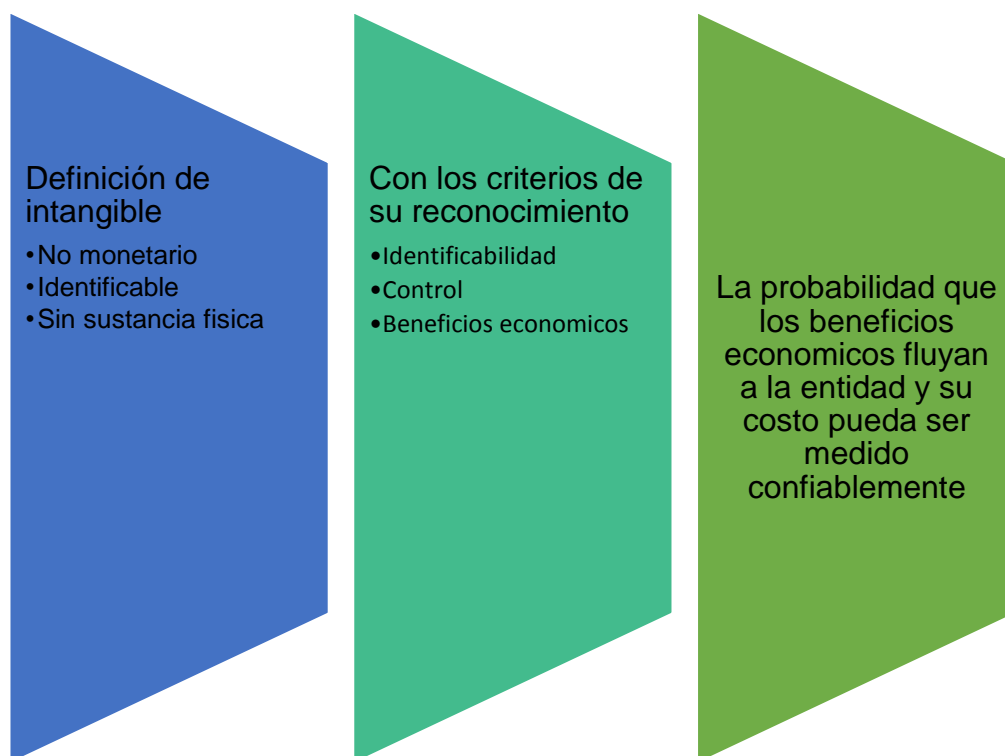
Tabla 3: Nomenclaturas de la cuenta 34.

Nomenclatura de las sub cuentas
341 Concesiones, licencias y otros derechos
342 Patentes y propiedad intelectual
343 Programas de computadora (software)
344 Costos de exploración y desarrollo
345 Formulas, diseños y prototipos
346 Reservas de recursos extraíbles
347 Plusvalía mercantil
349 Otros activos intangibles

Fuente: elaboración propia.

Además, **Ferrer y Valdivia (2011, p.19)** afirman que un activo intangible se reconocerá solo cuando cumpla las siguientes condiciones:

Tabla 4: Características de los activos intangibles.



Fuente: Elaboración propia

También se debe tener en cuenta de que los activos intangibles deben ser tratados según las normas emitidas por la NIC 38 y los manuales de la Superintendencia de Mercados y Valores (ex –CONASEV) que nos indica que los procedimientos utilizados deberán ser desarrollados y considerados en las notas a los estados financieros siguiendo las pautas que a continuación se detallan:

Se debe revelar que los activos intangibles se reconocen inicialmente al costo y posteriormente se medirán: Por su costo menos la amortización acumulada y las pérdidas por deterioro de valor acumuladas o al valor revaluado menos la amortización acumulada y las pérdidas por deterioro de valor acumuladas.

Cuando los activos intangibles se contabilicen a valores revaluados, se revelará la siguiente información: Para cada clase de activos intangibles: La fecha efectiva de la revaluación; el valor en libros de los activos intangibles revaluados y el valor en libros que se habría reconocido si se hubieran contabilizado utilizando el modelo del costo y Los métodos e hipótesis significativos empleados en la estimación del valor razonable de los activos.

Además Se debe mostrar en un cuadro comparativo la siguiente información, por clase de activos intangibles distinguiendo entre los activos que se hayan generado internamente y los demás; la conciliación del importe del activo al inicio y al final del período: Saldos iniciales; Adiciones separando las provenientes de desarrollos internos, adquiridos por separado y los adquiridos en combinaciones de negocios, así como las procedentes de revaluaciones; Reducciones por retiros, ventas, activos clasificados como mantenidos para la venta o disposiciones por otra vía, así como las resultantes de revaluaciones; Las diferencias de cambio netas derivadas de la conversión de estados financieros a una moneda de presentación diferente, así como las que se derivan de la conversión de un negocio en el extranjero a la moneda de presentación de la entidad que informa; Otros cambios ocurridos durante el período; Saldos finales.

Adicionalmente se debe revelar respecto de los activos intangibles, la siguiente información: En el caso de un activo intangible con vida útil indefinida, el valor en libros de dicho activo y las razones sobre las que se apoya dicha estimación, describiendo el factor o los factores que han jugado un papel significativo al determinar tal situación; Para los que se hayan adquirido mediante un subsidio del gobierno, y hayan sido reconocidos inicialmente por su valor razonable: El valor razonable por el que se han registrado inicialmente tales activos; El valor en libros y Si la medición posterior al reconocimiento inicial se realiza utilizando el modelo del costo o el modelo de revaluación; El valor en libros de los activos que sirven como garantías de deudas; Una descripción de los activos que están completamente amortizados y se encuentran todavía en uso; El importe acumulado de los desembolsos por investigación y

desarrollo que se hayan reconocido como gastos durante el período; y, Una breve descripción de los activos significativos controlados por la empresa, pero que no se reconozcan como activos por no cumplir los criterios de reconocimiento. Respecto a la exploración y evaluación de recursos minerales se revelará adicionalmente: los importes de activos, pasivos, ingresos, gastos y flujos de efectivo por actividades de operación e inversión.

También Se debe revelar en un cuadro comparativo, información relativa a la amortización y deterioro acumulados según la clase de activos intangibles, relativo a la conciliación del importe del activo al inicio y al final del período, mostrando: Saldos iniciales; Adiciones aplicadas a resultados, así como las pérdidas por deterioro de valor de activos revaluados, reconocidas en el patrimonio (resultados no realizados: excedente de revaluación); Reducciones por retiros, ventas, activos clasificados como mantenidos para la venta o disposiciones por otra vía, así como las reversiones de deterioro de valor de los activos y Otros cambios ocurridos durante el período y Saldos finales.

2.2.6. Empresas agroindustriales y sus características.

Davis y Goldberg (2012, p.12) aportan las siguientes ideas; la agroindustria es una rama de la industria que a su vez se encuentra dividida en dos actividades, por un lado, alimentaria, que se encarga de la transformación de los productos provenientes de la agricultura, ganadería, pesca, riqueza forestal, entre otros, en productos elaborados para el consumo. Y por otra parte, la no alimentaria se ocupa de la transformación de las materias primas usando sus recursos naturales para la realización de diferentes productos.

El campo de acción de la misma es realmente amplio, incluyéndose por ejemplo el diseño de equipos para las industrias, así como también la administración de industrias.

Cabe destacar, que en la agroindustria pueden darse dos escenarios: se realizan procesos de selección de la calidad, clasificación conforme a los tamaños, embalaje y empaque, almacenamiento de la producción agrícola, aunque no se realice la transformación que mencionábamos;

y por otro lado las transformaciones tanto de los productos como de los subproductos que se obtienen de la primera transformación de la materia prima agrícola.

Una característica saliente es que el producto agrícola tiene un período de cosecha que se extiende de varias semanas a varios meses y al mismo tiempo debe ser procesado fresco, situación que en algunos casos implica desde pocas horas a unos dos o tres días después de su llegada a la planta; al período se lo alarga cultivando diversas variedades, unas más tempranas y otras más tardías y en otros casos almacenando parte de la cosecha en frigoríficos.

Respecto de la vida útil de la materia prima, los productos provenientes de la agricultura ostentan una vida útil variable, tales como: leche, flores, carne (pocas horas); flores, verduras y frutas (varios días) y madera y granos (varios meses), por tanto, la función de la agroindustria será la de prolongar semanas o meses la vida útil de las mismas.

Existen diversas formas de adquirir la materia prima: el industrial contrata las cuadrillas que cultivan las parcelas; el productor trae la cosecha a la planta; por consignación, el industrial vende la producción al precio de mercado por cuenta del productor y además cobra por su servicio; y por servicio: el industrial le devuelve al productor el material que procesa y cobra por este servicio.

Machado (1995; p.25), efectúa una clasificación estructurada con base en la pertenencia a una agro economía ya sea alimentaría o no alimentaría, derivado de sus intrincadas relaciones socioeconómicas y de mercado y, además, del tipo de producto que se genera en los procesos de transformación con base en sus materias primas. Debe cumplir con unos criterios de calidad.

Todo sistema agroindustrial inicia con el sector primario (materia prima), continua con la empresa agroindustrial (transformar la materia prima), el siguiente eslabón es la comercialización. Como cuarto componente entran los proveedores. Las funciones de los sectores del sistema agroindustrial son:

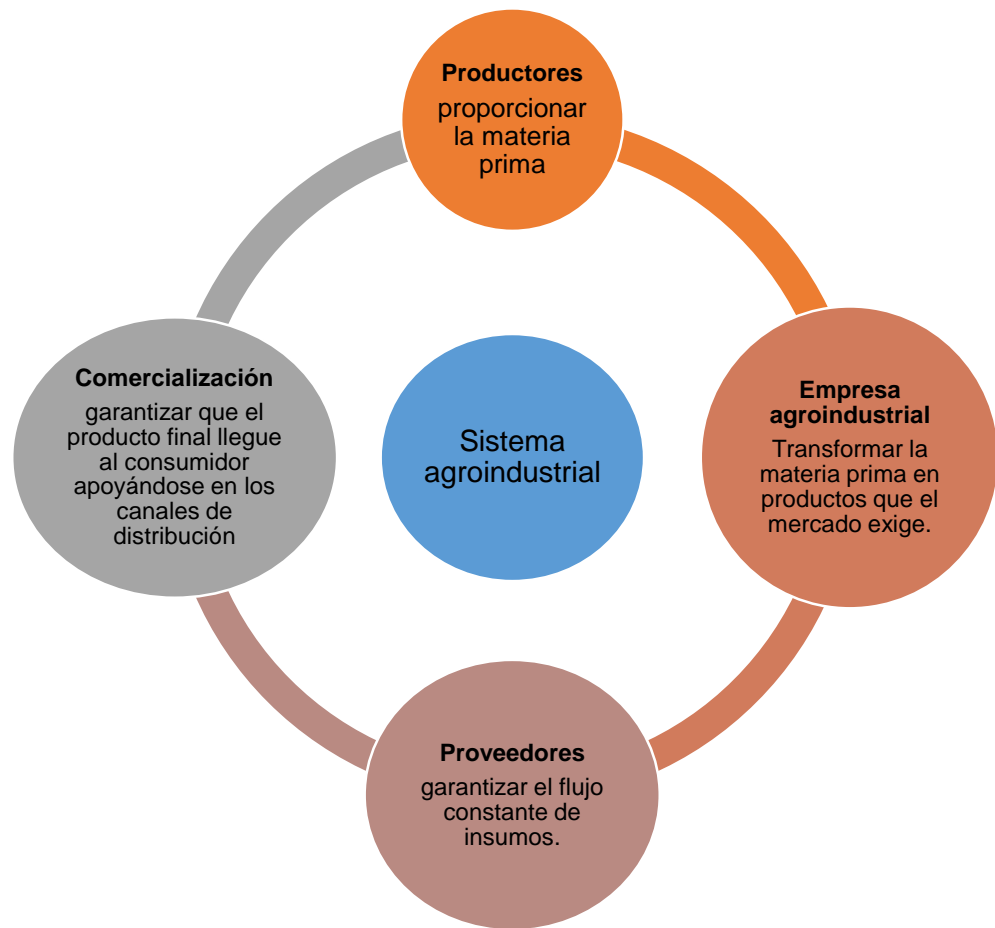


Figura 1: Organización de las funciones de los sectores del sistema agroindustrial.

Fuente: Elaboración propia.

2.3. Definición de términos básicos

Activo: Sección del balance de situación de una empresa que refleja los bienes o derechos que ésta posee. Por extensión, elemento incluido en cualquier cuenta de activo. es un recurso: controlado por la entidad como resultado de sucesos pasados y del que la entidad espera obtener, en el futuro, beneficios económicos.

Activo intangible: En el lenguaje contable el término intangible se emplea con un sentido restringido para aquellos activos que producen beneficios parecidos a los que producen los bienes de uso o de renta y que no pueden materializarse físicamente. Se emplean en las actividades principales de la entidad (en la producción, en la gestión comercial o bien en la administrativa) o son contratados a terceros. Asimismo, su

capacidad de servicio no se agota ni se consume en el corto plazo y mientras se usan no se transforman en otros bienes ni están destinados directamente a su venta. Los activos intangibles pueden ser: las marcas, la identidad corporativa, la comunicación institucional, la imagen, la reputación de una organización; el conocimiento comercial, operativo, científico o tecnológico, la propiedad intelectual, patentes y derechos de comercialización; las licencias, concesiones y derechos de autor; la cartera de clientes y la forma de relacionarse con ellos, entre otros.

Amortización: Es la distribución sistemática del importe depreciable de un activo intangible durante los años de su vida útil.

Beneficio: Diferencia entre ingresos y gastos, donde ingresos es el capital obtenido por la empresa a través de los productos vendidos, servicios prestados o cualquier otra fuente durante dicho periodo. Y gastos son los valores monetarios de los bienes que la empresa ha consumido para obtener los ingresos de dicho periodo.

Capital: Bienes o derechos aportados a una empresa en el momento de su constitución.

Capital intelectual realizado: Es la diferencia entre el valor de mercado de una compañía asignado por sus inversores y el valor contable o en libros.

Capital social: Capital aportado por los accionistas para constituir el patrimonio de la sociedad, es decir, valor nominal total de las acciones de una sociedad en un momento dado.

Control: Una entidad controlará un determinado activo siempre que tenga el poder de obtener los beneficios económicos futuros que procedan de los recursos que subyacen en el mismo, y además pueda restringir el acceso de terceras personas a tales beneficios. La capacidad que la entidad tiene para controlar los beneficios económicos futuros de un activo intangible tiene su justificación, normalmente, en derechos de tipo

legal que son exigibles ante los tribunales. En ausencia de tales derechos de tipo legal, será más difícil de mostrar que existe control. No obstante, la exigibilidad legal de un derecho sobre el elemento no es una condición necesaria para la existencia de control, puesto que la entidad pueda ejercer el control sobre los citados beneficios económicos de alguna otra manera.

Costo: Es el importe de efectivo equivalentes al efectivo pagados, o el valor razonable de la contraprestación entregada para adquirir un activo, en el momento de su adquisición o construcción, o, cuando sea aplicable, el importe atribuido a ese activo cuando sea inicialmente reconocido de acuerdo con los requerimientos específicos de otras NIIF, como por ejemplo la NIIF2 pago basados en acciones.

Costo de adquisición: Es el importe en efectivo y otras partidas equivalentes pagadas, o pendientes de pago, más el valor razonable de las demás contraprestaciones comprometidas derivadas de la adquisición.

Cotización: Negociación pública de valores o bienes o precio de los mismos fijado en un mercado organizado.

Dividendos: Parte de los beneficios generados por una sociedad, o las reservas constituidas, que son distribuidos entre los socios por su participación en el capital social. Dicha distribución se realiza de manera proporcional al porcentaje de participación de cada socio.

Importe depreciable: Es el costo de un activo, u otro importe que lo haya sustituido, menos su valor residual.

Importe en libros: Es el importe por el que un activo se reconoce en el estado de situación financiera, después de deducir la amortización acumulada y las pérdidas por deterioro acumuladas, que se refieren al mismo.

Inmovilizado: Parte del capital de una empresa invertido de forma permanente. Hay diferentes tipos: material, inmaterial y financiero.

I + D: Las actividades de investigación y desarrollo son activos inmateriales, bienes jurídicos no materiales tanto en su ejercicio como en su resultado. Pueden ser factor de competencia y diferenciación.

Marca: La marca, también conocido como Brand, es el distintivo que diferencia un producto/entidad de sus semejantes. Es uno de los elementos intangibles más reconocido como parte en la creación de valor.

Patente: Título otorgado por el Estado que reúne un conjunto de derechos exclusivos garantizados al inventor de un nuevo producto (material e inmaterial) susceptible de ser explotado industrialmente para el bien del solicitante de dicha invención por un espacio limitado de tiempo. La patente implica una garantía de exclusión, de modo que los derechos sobre el invento patentado sean del autor del mismo. Son también un activo inmaterial, éste de fácil clasificación debido a su concesión.

Valor razonable: Es el precio que se recibiría por vender un activo o que se pagaría para transferir un pasivo en una transacción ordenada entre participantes del mercado en la fecha de la medición.

Valor residual: De un activo intangible es el importe estimado que la entidad podría obtener de un activo por su disposición, después de haber deducido los costos estimados para su disposición, si el activo tuviera ya la edad y condición esperado al término de su vida útil.

Vida útil: Es el periodo durante el cual se espera utilizar el activo por parte de la entidad, o el número de unidades de producción o similares que se espera obtener del mismo por parte de una entidad.

III. CAPÍTULO III : METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación

3.1.1. Investigación aplicada

Teniendo en cuenta el objetivo de nuestra investigación, podemos determinar que el presente estudio es una investigación “aplicada”, porque basado en las teorías sobre valoración de activos intangibles vamos hacer el reconocimiento de las teorías y sus aplicaciones en las empresa objeto de nuestro estudio.

3.1.2. Investigación observacional

Según el nivel de intervención de los investigadores es un estudio “observacional”, porque no existe intervención nuestra, los datos reflejaran la evolución natural de los eventos, ajenas a nuestra voluntad.

3.1.3. Investigación transversal

Según las veces en que se medirá la variable es un estudio transversal, ya que ésta será medida en una sola ocasión.

3.1.4. Investigación descriptiva

El análisis estadístico de este estudio, es univariado porque solo describe o estima parámetros en la población de estudio a partir de una muestra.

3.2. Nivel de investigación

3.2.1. Nivel descriptivo

La presente investigación se desarrolla en un nivel descriptivo ya que detalla las características de los activos intangibles y los diferentes métodos de valoración los cuales serán contrastados en la aplicación en las diferentes empresas agroindustriales de nuestro medio.

3.3. Población muestra y unidad de análisis

3.3.1. Universo

Nuestro universo estará constituido por todas las empresas industriales en la provincia de San Martín.

3.3.2. Población

La población estará conformada por todas las empresas agroindustriales existentes en la provincia de San Martín y que además estén comprendidas en el régimen general de renta, régimen agrario y régimen de amazonia con personería jurídica.

3.3.3. Muestra

El número de elementos de la muestra es la misma que el de la población ya que se identificaron a 27 empresas con las características establecidas para la presente investigación. Estos datos fueron obtenidos en los registros de la superintendencia de administración tributaria (SUNAT).

3.3.4. Unidad de análisis

El marco muestral está conformado por las siguientes unidades de análisis empresas que representan a la población de estudio que a su vez es nuestra muestra.

Tabla 5: Empresas unidades de análisis.

CIIU	ACTIVIDAD ECONOMICA	DENOMINACIÓN DE LA EMPRESA	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
1071	ELAB. DE PROD. DE PANADERIA	SNACK PANADERIA Y PASTEL. MONTERREY EIRL	JR. JIMENEZ PIMENTEL NRO. 631 SAN MARTIN - SAN MARTIN – TARAPOTO	TORRES VELA GERMAN TERCERO
1050	ELAB. DE PROD. LACTEOS	COMITE DE GANADEROS DE JUAN GUERRA	JR. LOS PROCERES NRO. 604 SAN MARTIN - SAN MARTIN - JUAN GUERRA	PAREDES TORRES LEMNIS
1061	ELAB. DE PROD. DE MOLINERIA	AGRODEX SOCIEDAD ANONIMA	JR. ALEGRIA ARIAS DE MOREY NRO. 224 (SEGUNDO PISO) SAN MARTIN - SAN MARTIN – TARAPOTO	GORDILLO URIBE RICARDO
1050	ELAB. DE PROD. LACTEOS	FABRICA DE HELADOS CHUPETES Y HIELOS LA MUYUNA EIRL.	JR. RAMON CASTILLA NRO. 271 SAN MARTIN - SAN MARTIN – TARAPOTO	GARCIA REATEGUI MERITH RACHEL
15499	ELAB. DE OTROS PROD. ALIMENTICIOS	AGROINDUSTRIA LA CARMELITA S.A.C	NRO. SN CAS. 03 DE OCTUBRE SAN MARTIN - SAN MARTIN - LA BANDA DE SHILCAYO	PEREZ PEREZ IMELDA
15499	ELAB. DE OTROS PROD. ALIMENTICIOS	PRODUCTOS LA SELECTA SRLTDA.	JR. LAS PALMERAS NRO. 160 (A 2CDRAS DE ENTRADA COLG.SIMON BOLIVAR) SAN MARTIN - SAN MARTIN – TARAPOTO	ESCUDERO GONZALES LUANA
1061	ELAB. DE PROD. DE MOLINERIA	MOLINERA TARAPOTO S.R.L.	CAR. OASIS KM. 1.3 (FRENTE A MOLINO EL MINISTRO) SAN MARTIN - SAN MARTIN – MORALES	AREVALO PEREZ EDITA
1104	ELAB. DE BEBIDAS NO ALCOHOLICAS	INVERSIONES MARPHI S.A.C.	JR. LAS PALMERAS NRO. 388 SAN MARTIN - SAN MARTIN - LA BANDA DE SHILCAYO	DELGADO RODRIGUEZ ERIKA MILAGROS
15499	ELAB. DE OTROS PROD. ALIMENTICIOS	HELADOS ARTIKA SELVA E.I.R.L.	JR. ALFONSO UGARTE NRO. 745 SAN MARTIN - SAN MARTIN – TARAPOTO	MELENDEZ TAVARA YANARA CAROLINA
1040	ELAB. DE GARSAS Y ACEITES VEGETALES	SELVA TROPICAL EXPORTACIONES E.I.R.L.	JR. FRANCISCO TORRES NRO. 639 URB. MORALES SAN MARTIN - SAN MARTIN - MORALES	FRANCHI MATOS GUSTAVO
1061	ELAB. DE PROD. DE MOLINERIA	MOLINERA EL CONSENTIDO S.A.C	CAR. MARGINAL SUR KM. 4 (FRENTE AL CEMENTERIO JARDINES DEL EDEN) SAN MARTIN - SAN MARTIN - LA BANDA DE SHILCAYO	QUISPE CABRERA ANDRES FIDEL
1040	ELAB. DE GARSAS Y ACEITES VEGETALES	RODA SELVA S.A.C.	CAR. MARGINAL SUR KM. 4.5 SAN MARTIN - SAN MARTIN - LA BANDA DE SHILCAYO	NORIEGA BENTIN RICARDO JOSE
1073	ELAB. DE PROD. DE CONFITERIA	CONSORCIO CACAO AMAZONICO S.A.C.	JR. SAN PABLO DE LA CRUZ NRO. 122 (PISO 3) SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO	BOCANGEL BEJAR VILSIC
1010	ELAB. Y CONSERV. DE CARNE	AHUMADOS SELVA S.A.C.	JR. VICTOR ANDRES BELAUNDE NRO. 371 SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO	RIOS LOPEZ LUZ VERONICA

1050	ELAB. DE PROD. LACTEOS	INDUSTRIAS DEL REY SAC	JR. LIBERTAD NRO. 449 (BARRIO HUAYCO) SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO	VELA DEL AGUILA ANDY MARTIN
1040	ELAB. DE GARSAS Y ACEITES VEGETALES	AGROINDUSTRIAS ORO INKA S.A.C.	JR. ALFONSO UGARTE NRO. 2210 SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO	VILLA ROCHA ALEJANDRO MANUEL
15499	ELAB. DE OTROS PROD. ALIMENTICIOS	EMPRESA COMERCIALIZADORA DE ALIMENTO PERU S.A.C.	JR. LAS MARGARITAS NRO. 120 (SECTOR LAGUNA VENECIA) SAN MARTIN - SAN MARTIN - LA BANDA DE SHILCAYO	FONSECA NUNEZ WILLIAM
1071	ELAB. DE PROD. DE PANADERIA	DYCATA SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	JR. DOS DE MAYO NRO. V-15 (LA MOLINA) SAN MARTIN - SAN MARTIN - LA BANDA DE SHILCAYO	DAVILA ALVAN MILTON
4690	VENTA AL POR MAYOR NO ESPEC.	AGROINDUSTRIAS ANCOS S.A.C	JR. TOMAS VILLACORTA NRO. 315 (PARTIDO ALTO) SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO	SANTANA ALDANA OSCAR ALEJANDRO
1071	ELAB. DE PROD. DE PANADERIA	PANADERIA SAN GABRIEL EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	JR. AUGUSTO B. LEGUIA NRO. 448 SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO	RAMIREZ PINEDO GUIDA YRACEMA
1040	ELAB. DE GARSAS Y ACEITES VEGETALES	AGROINDUSTRIAS DE CASPIZAPA S.A.C.	JR. ALFONSO UGARTE NRO. 1369 (FRENTE AL CINE) SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO	SQUADRITO FERNANDEZ MAURICIO ALEJANDRO FAUSTINO
1071	ELAB. DE PROD. DE PANADERIA	SOCIEDAD INDUSTRIAL DE ALIMENTOS MOBA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	JR. SAN MARTIN NRO. 492 SAN MARTIN - SAN MARTIN - MORALES	MOZOMBITE BARDALES ELIZABETH
1061	ELAB. DE PROD. DE MOLINERIA	INDUSTRIA PERUANA SANTA LUCIA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	JR. INTEGRACION NRO. 248 SEC. SANTA LUCIA SAN MARTIN - SAN MARTIN - MORALES	MANOSALVA CUBAS ROGER SALVADOR
1071	ELAB. DE PROD. DE PANADERIA	BINIPAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	JR. CAHUIDE NRO. 396 SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO	YRAOLA RONCAGLIOLO BILLE ISRAEL
1072	ELAB. DE AZUCAR	SOCIEDAD AGRICOLA VALLE VERDE S.A.C.	JR. SAN MARTIN NRO. 968 SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO	ROJAS ESPINOZA VICTOR
1071	ELAB. DE PROD. DE PANADERIA	INVERSIONES DYCATA S.A.C.	JR. SAN MARTIN NRO. 306 PARTIDO ALTO SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO	DAVILA ALVAN MILTON
15499	ELAB. DE OTROS PROD. ALIMENTICIOS	DOTO SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	JR. ELIAS AGUIRRE NRO. 268 SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO	DOMENICO SPIRIDIGLIOZZI

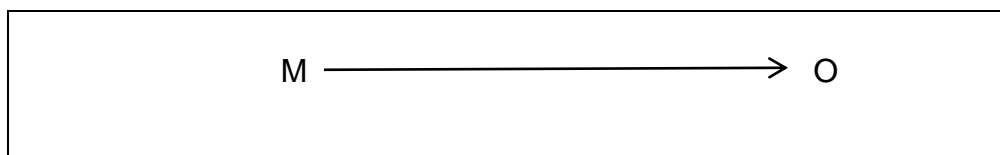
Fuente: SUNAT

3.4. Diseño de investigación

3.4.1. Descriptivo

El diseño es descriptivo, ya que se recogerá información contemporánea con respecto a la valoración de activos intangibles en las empresas agroindustriales de la provincia de San Martín.

Esquema de diseño



M = Muestra

O = Información

3.5. Métodos de investigación

3.5.1. Método inductivo

Porque obtendremos conclusiones generales a partir de premisas particulares, a través de la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Un instrumento de recolección de datos es, en principio, cualquier recurso del que se vale el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información. Dentro de cada instrumento concreto pueden distinguirse dos aspectos diferentes: forma y contenido. La forma del instrumento se refiere al tipo de aproximación que permite establecer con lo empírico, a las técnicas que se utilizan para esta tarea. En cuanto al contenido, éste queda expresado en la especificación de los datos que necesitan conseguirse. Se concreta, por tanto, en una serie de indicadores que permiten medir las variables, pero que asumen la forma de preguntas, puntos a observar, elementos a registrar, etc.

De este modo, el instrumento sintetiza en sí toda la labor previa de investigación preliminar: resume los aportes del marco teórico al seleccionar datos que corresponden a los indicadores y, por lo tanto, a las variables o conceptos utilizados; pero también expresa todo lo que tiene de específicamente empírico el objeto de estudio, pues sintetiza, a través de las técnicas de recolección que emplea, el diseño concreto escogido para el trabajo.

En función de los objetivos y del diseño de la investigación, para la realización de este trabajo se empleó la técnica de la entrevista a los fines de llevar a cabo la recolección de los datos primarios requeridos en las empresas seleccionadas, así como la técnica de observación documental para la recolección de datos secundarios.

Los datos primarios son aquellos que el investigador obtiene directamente de la realidad, recolectándolos con instrumentos adecuados a los fines del estudio en contacto con los hechos que se investigan. Los datos secundarios, por otra parte, son registros escritos que proceden también del contacto con la práctica, pero que ya han sido recopilados por otros investigadores. Los datos primarios y los secundarios no son dos clases esencialmente diferentes de información, sino partes de una misma secuencia, por lo que todo dato secundario ha sido primario en sus orígenes y todo dato primario, a partir del momento en que el investigador concluye su trabajo, se convierte en dato secundario para los demás.

Desde el punto de vista metodológico, la entrevista es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos primarios para una investigación, consistente en que el investigador formula preguntas a las personas capaces de aportarle información de interés, cuya ventaja esencial reside en que son los mismos actores sociales vinculados con el objeto de estudio quienes proporcionan los datos relativos a sus conductas, opiniones, deseos, actitudes y expectativas.

Las entrevistas pueden ser estructuradas o no estructuradas. Para desarrollar la investigación planteada se utilizó una entrevista estructurada, que es una modalidad en la que el investigador planifica los temas más importantes a tratar a partir de la operacionalización de variables. Para ello se utilizó como instrumento de recolección de

información un cuestionario contentivo de una lista fija de preguntas abiertas cuyo orden y redacción permanecieron invariables para su aplicación entre los directivos de las 27 empresas seleccionadas para el estudio. Esta entrevista, cuyo modelo se presenta en los anexos, está integrada por 17 ítems organizados en tres secciones relativas a la identificación y características de las empresas, disponibilidad y valoración de activos intangibles y problemas confrontados para el reconocimiento y valoración de dichos activos.

Tabla 6: Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Técnicas	Instrumentos	Fuente de información
Observación	Guía de observación	EE.FF de las empresas
Entrevista	Guía de entrevista	Gerentes, representante legales
Análisis documental	Fichas bibliográficas	Libros, revistas, folletos, boletines , etc

Fuente: Elaboración propia.

3.7. Técnicas de procesamiento de análisis de datos

Los datos recopilados con el auxilio de los instrumentos mencionados no dicen nada por sí solos, no permiten llegar a ninguna conclusión si, previamente, no se procesan adecuadamente a fin de sistematizarlos. Para ello, se recurrió a las técnicas de clasificación, codificación y tabulación (Márquez, 1996).

La clasificación de los datos recopilados permitió dividirlos inicialmente en información numérica e información cualitativa. Luego, se procedió a clasificar los datos recopilados según su pertenencia a cada una de las secciones que componen la guía de entrevista utilizada, para así

establecer una subdivisión adicional dentro de cada una de las áreas temáticas contenidas en cada sección.

La codificación es un procedimiento que tuvo por objeto agrupar numéricamente los datos que los entrevistados expresaron en forma verbal, para poder luego operar con ellos como si se tratara de datos cuantitativos en algunos casos, o como muestras de las opiniones emitidas por los directivos de las empresas seleccionadas para el estudio. Los datos resultantes de las entrevistas fueron tabulados directamente y se procesaron luego mediante el empleo de distribuciones simples de frecuencia para exponerlos en forma clara y fácilmente comprensible mediante cuadros estadísticos y gráficos ilustrativos, a los fines de sintetizar sus valores y hacer posible extraer, a partir de su análisis, algunos enunciados teóricos de alcance general para el estudio.

3.7.1. Sistema de variables

La especificación del diseño de una investigación constituye una de las principales actividades metodológicas del proceso, pero esta importante etapa, debe ser completada con la operacionalización de las diversas variables que intervienen en el problema a investigar. Esta tarea constituye el eslabón indispensable que hace factible la verificación en concreto de lo que se ha postulado en el marco teórico, pues posibilita acercarse a la realidad empírica para adquirir la información de la que depende dicha verificación.

En este sentido, las variables representan los elementos, factores o términos que puedan asumir diferentes valores cada vez que son examinados, o que reflejan distintas manifestaciones, según sea el contexto en el que se presentan. Para facilitar el trabajo se construyó el cuadro del sistema de variables que se presenta a continuación, en la que se puede apreciar la organización general de las variables utilizadas en el estudio y su relación con los ítems que integran la guía de entrevista elaborada.

Tabla 7: Operacionalización del Objetivo específico 1.

OBJETIVO ESPECIFICO 1	VARIABLE	INDICADORES	INSTRUMENTOS	FUENTES DE INFORMACIÓN	PREGUNTAS EN EL CUESTIONARIO
Catalogar los principales activos intangibles presentes en las empresas del sector agroindustriales de la provincia de San Martín.	Tipos de activos intangibles presentes en las empresas	Activos intangibles: a. Conocimiento científico y tecnológico b. Diseño e implementación de nuevos procesos o nuevos sistemas c. Licencias o concesiones d. Patentes e. Derechos editoriales f. Derechos de autor g. Propiedad intelectual h. Franquicias i. Derechos comerciales j. Conocimientos comerciales o marcas (de servicios, de productos o corporativas) k. Diseños y prototipos m. Programas informáticos n. Cartera de clientes o. Lealtad de los clientes p. Relaciones comerciales con clientes o proveedores q. Cultura corporativa r. Secretos comerciales s. Sistemas de información tecnológica t. Alianzas y pertenencia a redes empresariales u. Plusvalías v. Otros	Guía de Entrevista Registro de información documental	Gerencia de las empresas Publicaciones y trabajos especiales Revistas Libros Normas Internacionales de Contabilidad	1 2 3 4 5 6 7 8 9

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8: Operacionalización del objetivo específico 2.

OBJETIVO ESPECIFICO 2	VARIABLE	INDICADORES	INSTRUMENTOS	FUENTES DE INFORMACIÓN	PREGUNTAS EN EL CUESTIONARIO
Determinar los procedimientos de valoración de los principales activos intangibles de las empresas agroindustriales de la provincia de San Martín.	Procedimientos de valoración contable de activos intangibles	Métodos y técnicas de valoración de activos intangibles empleados	Guía de Entrevista	Gerencia de las empresas	10
				Estados financieros	11
					12
			Registro de información documental	Manuales contables	13
					14
				Publicaciones y trabajos especiales	
				Revistas	
				Libros	
				Normas Internacionales de Contabilidad	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 9: Operacionalización del objetivo específico 3.

OBJETIVO ESPECIFICO 3	VARIABLE	INDICADORES	INSTRUMENTOS	FUENTES DE INFORMACIÓN	PREGUNTAS EN EL CUESTIONARIO
Establecer si existen problemas o limitantes para valorar los activos intangibles de las empresas agroindustriales de la provincia de San Martín.	Limitantes de concepción, identificación, separación, información, cuantificación y presentación	Limitantes o problemas	<p>Guía de Entrevista</p> <p>Registro de información documental</p>	<p>Gerencia de las empresas</p> <p>Publicaciones y trabajos especiales</p> <p>Revistas</p> <p>Libros</p>	<p>15,16</p> <p>17</p>

Fuente: Elaboración propia.

IV. CAPÍTULO IV : RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados descriptivos

A continuación se presentan los hallazgos que se obtuvieron al analizar las entrevistas aplicadas a las distintas empresas conformantes de nuestra muestra. Estas empresas pertenecientes al sector agroindustrial poseen diferentes características que van desde el tipo de bien que producen y manufacturan, pasando por el número de empleados y los distintos activos intangibles presentes en ellas.

Para un mejor análisis de los resultados obtenidos, el instrumento de recolección de datos que utilizamos (entrevista), fue subdividido en tres sectores, el primer sector (activos intangibles presentes en las empresas) va desde el ítem 1 al ítem 9, el segundo sector (valoración de activos intangibles) desde el ítem 10 al ítem 14 y el tercer sector (problemas o limitantes de la valoración contable de los activos intangibles) desde el ítem 15 hasta el ítem 17.

También se compararon las informaciones pertenecientes a otros periodos para determinar la variación de un año a otro. Esto en el sentido de determinar si hubo una evolución al medir y valorar los activos intangibles en las empresas unidades de análisis; encontrándose que la misma es mínima o despreciable, la cual no afecta ni modifica los resultados de la investigación.

4.1.1. Actividad a que se dedica la empresa

Tabla 10: Actividades de las empresas.

Agrupaciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Producción de materia prima	4	14.82
Industrialización de productos agroindustriales	17	62.96
Comercialización de productos e insumos agroindustriales	6	22.22
TOTAL	27	100.00

Fuente: Elaboración propia.



Figura 2: Distribución de las empresas por actividades.

Fuente: Elaboración propia.

En los resultados obtenidos que se muestran en la Tabla 10, las actividades de las empresas agroindustriales analizadas se pueden dividir en tres ramas generales: producción de materia prima 14.82%, transformación de productos agroindustriales 62.96%, comercialización de productos e insumos agroindustriales 22.22%, en ese mismo orden de importancia, de conformidad con el número de empresas dedicadas a ellas.

4.1.2. Productos ofertados por las empresas

Tabla 11: Productos ofertados por las empresas.

Productos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Cacao y sus derivados	7	25.93%
Café y sus derivados	9	33.33%
Leche y derivados	5	18.52%
Uva y sus derivados	3	11.11%
Cereales y oleaginosas	2	7.41%
otros	1	3.70%
total	27	100%

Fuente: Elaboración propia.



Figura 3: Distribución de las empresas por productos ofertados.

Fuente: Elaboración propia.

De conformidad con la actividad a la que se dedican las empresas, los principales productos ofertados por ellas consisten en la producción del cacao y sus derivados 25.93%, café y sus derivados 33.33%, leche y sus derivados 18.52%, uva y sus derivados 11.11%, cereales y oleaginosas 7.41%, otros 1% (Véase tabla 11).

4.1.3. Número de trabajadores de las empresas

Tabla 12: Tamaño de las empresas según el número de empleados.

N° de empleados	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Menor o igual a 5	23	85.19%
De 5 a 10	3	11.11%
Más de 10	1	3.70%
total	27	100%

Fuente: Elaboración propia.

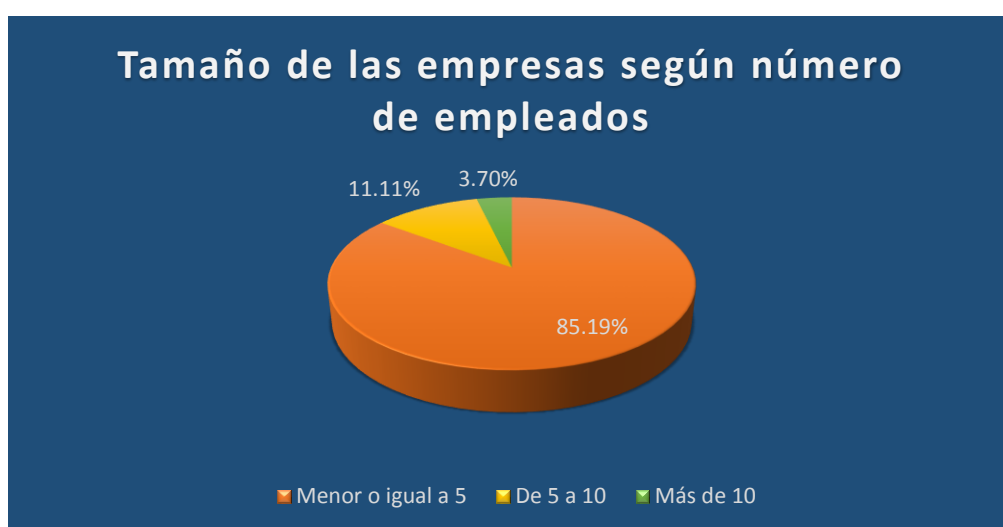


Figura 4: Distribución del tamaño de las empresas según número de empleados.

Fuente: Elaboración propia.

Las 27 empresas que integran este estudio emplean un total de 108 personas, lo que arroja un promedio de cuatro empleados por empresa, por lo que califican en el rango de micro empresas. Las que tienen menor o igual a 5 empleados 81.19%, de 5 a 10 empleados 11.11% y más de 10 empleados 3.70% (véase la tabla 12).

4.1.4. Disposición de programas de capacitación para los empleados

Tabla 13: Disposición de programas de capacitación para los empleados.

Categorías	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa%
No lo posee	18	66.67%
Solo asistencia ocasional a cursos breves	4	14.81%
Asistencia a cursos por cuenta de los empleados	4	14.81%
Programa formalmente estructurado	1	3.70%
Total	27	100%

Fuente: Elaboración propia.



Figura 5: Disposición de programas de capacitación para los empleados.

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la disponibilidad de programas de capacitación orientados a mejorar el desempeño de su personal, la mayoría de las empresas manifestaron no contar internamente con un programa de este tipo 66.67%, lo que en gran medida se debe a los elevados costos que ello implicaría (véase Tabla 13). Por ello, sólo una de las empresas entrevistadas posee un programa de esta naturaleza 3.70% y eso debido a algunos convenios que maneja. Además, ocho (8) de las empresas sólo promueven la asistencia a cursos por cuenta de sus empleados 14.81% o la asistencia ocasional cursos breves, es decir, con una duración inferior a un mes 14.81%.

4.1.5. Medios de investigación y desarrollo de nuevos productos o servicios en las empresas

Tabla 14: Medios empleados para la I &D de nuevos productos y servicios.

Categorías	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %	Frecuencia normalizada %
Medios propios no formalizados	26	96.30 %	54.17 %
Medios propios formalizados	4	14.81 %	8.33 %
Adaptación de investigaciones de terceros	12	44.44%	25 %
Alianzas con centros de investigación	6	12.5 %	12.5 %
TOTAL	48	177.78 %	100 %

Fuente: Elaboración propia.



Figura 6: Medios empleados para la I &D de nuevos productos y servicios.

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados de las entrevistas en este ítem son de carácter no excluyente, los mismos arrojaron que los medios de investigación y desarrollo de nuevos productos o servicios utilizados por las empresas son medios propios no formalizados 54.17%, que consisten básicamente en recursos creativos individuales en la que los procesos no han sido sistematizados ni se recurre a metodologías estandarizadas externas, seguidamente, tenemos los medios propios formalizados 8.33%, que implica metodologías sistematizadas y probadas

internamente en las propias empresas. Le sigue la modalidad de adaptación de investigaciones de terceros 25%, alianzas con centros de investigación nacionales como extranjeros 12.5%.

4.1.6. Activos intangibles presentes en las empresas y su reconocimiento y valoración contable.

Debido a los distintos tipos de activos intangibles y a las muchas clasificaciones propuestas por distintos autores se planteó, esta interrogante, para explorar el nivel de conocimiento sobre ellas en las distintas empresas encuestadas. Los resultados se muestran en la tabla 15.

Tabla 15: Activos intangibles presentes en las empresas, reconocimiento y valoración.

Categorías	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa%
Reconocen a los activos intangibles pero no los valoran contablemente	23	85.19%
Valoran contablemente a los activos intangibles	4	14.81%
Total	27	100%

Fuente: Elaboración propia.



Figura 7: Activos intangibles presentes en las empresas, reconocimiento y valoración.

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto al conocimiento que muestran las empresas encuestadas sobre los activos intangibles; estas manifestaron en un 100% sobre su existencia, pero también se notó que el 85.19% no los valoran contablemente, mientras que el 14.81% si lo hace aplicando algún método de valoración establecido.

4.1.7. Activos intangibles presentes en las empresas e importancia relativa.

Debido a la naturaleza de los temas tratados, en este punto se engloban las respuestas dadas por los entrevistados a los ítems N° 6 y 7 de la guía de entrevista que se muestra en los anexos de este trabajo. Como se comprenderá, su tratamiento conjunto evitó repeticiones innecesarias que perjudicarían el desarrollo de los argumentos.

Por esta razón, el procesamiento de estos ítems ameritó la elaboración de la Tabla 15, en la cual la valoración de la importancia relativa de cada uno de los activos intangibles que los entrevistados declararon presentes en sus empresas debió fundamentarse no sólo en la frecuencia con que fueron mencionados, sino también en el orden de importancia que los mismos empresarios asignaron de manera cualitativa a los mismos.

El procedimiento utilizado consistió en determinar la importancia relativa de cada activo como el producto resultante, expresado en una escala porcentual, de las frecuencias relativas normalizadas del número de menciones totales que recibió cada uno por la ponderación conjunta del número de veces en que fueron mencionados en primer, segundo y tercer lugar.

Ya que una mención de primer lugar debe tener mayor peso que otra de segundo lugar, y ésta mayor peso que la de tercer lugar, a cada una de estas valoraciones se les asignó un peso equivalente a 3, 2 y 1 punto, respectivamente. Luego, al determinar la sumatoria de los productos de cada uno de esos pesos por el número de veces en que un activo fue mencionado en cada uno de esos órdenes, se obtuvo la ponderación absoluta respecto a la jerarquía que los entrevistados les asignaron a cada activo intangible, de la siguiente manera:

$$P(a) = \sum [(M1 \times P1) + (M2 \times P2) + (M3 \times P3)]$$

Donde:

P(a) = Ponderación absoluta de cada activo

M1 = Número de menciones del activo en primer lugar

M2 = Número de menciones del activo en segundo lugar

M3 = Número de menciones del activo en tercer lugar

P1 = Peso de las menciones del activo en primer lugar (3)

P2 = Peso de las menciones del activo en segundo lugar (2)

P3 = Peso de las menciones del activo en tercer lugar (1).

Cada una de estas ponderaciones absolutas fue transformada a una escala de porcentaje sobre la base del valor total de las ponderaciones. De esa manera, se dispuso de dos escalas idénticas comparables, la correspondiente a la frecuencia normalizada del número total de menciones que recibieron cada uno de los activos considerados en la guía del cuestionario, y la correspondiente al número de menciones en que fue valorado en primero, segundo o tercer lugar dicho activo. En la Tabla 15, con el producto de ambas columnas se obtuvo una columna adicional en la que los valores fueron transformados a una escala de porcentaje, resultado final que expresa la importancia relativa total de un activo intangible.

De este modo, en función de la opinión expresada por los entrevistados, el orden de importancia relativa de los activos intangibles presentes en las empresas analizadas es el siguiente:

Tabla16: Activos intangibles presentes en las empresas y su importancia relativa.

Activos intangibles en las empresas		Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa%	Frecuencia normalizada % (A)	N° de menciones de primer lugar (3p)	N° de menciones de segundo lugar (2p)	N° de menciones de tercer lugar (1p)	Ponderación absoluta P(a)	Ponderación relativa (%) (B)	Producto (A * B)	Importancia relativa total (%)
Activo 1	Conocimiento científico y tecnológico disponible	27	100%	21.95%	2	2	1	11	6.79 %	149.04	10.79%
Activo 2	Licencias, concesiones o patentes	17	62.96%	13.82%	0	3	2	8	4.94 %	68.27	4.94%
Activo 3	Derecho de autor y propiedad intelectual	27	100%	21.95%	14	1	1	45	27.78 %	609.77	44.14%
Activo 4	Cartera de clientes	10	37.04%	8.13%	8	13	7	57	35.19 %	286.09	20.71%
Activo 5	Relaciones comerciales con clientes o proveedores	16	59.26%	13.01%	0	4	3	11	6.79 %	88.34	6.39%
Activo 6	Secretos comerciales	5	18.52%	4.07%	0	2	3	7	4.32 %	17.58	1.27%
Activo 7	Sistemas de información	18	66.67%	14.63%	3	2	4	17	10.49 %	153.47	11.11%
Activo 8	Alianzas y pertenencias a redes empresariales	3	11.11%	2.44%	0	0	6	6	3.70 %	9.03	0.65%
Total		123	455.56%	100%	27	27	27	162	100 %	1381.59	100%

Fuente: Elaboración propia.

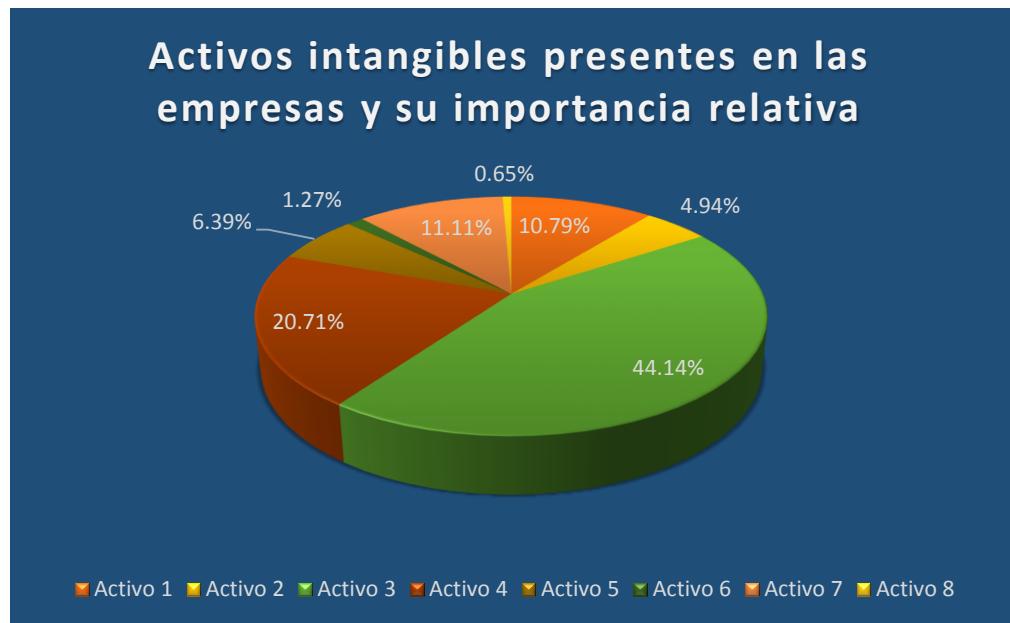


Figura 8: Importancia relativa de los activos intangibles presentes en las empresas.
 Fuente: Elaboración propia.

Debido a la naturaleza de los temas tratados, en este punto se engloban las respuestas dadas por los entrevistados a los ítems N° 6 y 7 de la guía de entrevista que se muestra en los anexos de este trabajo. Como se comprenderá, su tratamiento conjunto evitó repeticiones innecesarias que perjudicarían el desarrollo de los argumentos.

Por esta razón, el procesamiento de estos ítems ameritó la elaboración de la Tabla 15, en la cual la valoración de la importancia relativa de cada uno de los activos intangibles que los entrevistados declararon presentes en sus empresas debió fundamentarse no sólo en la frecuencia con que fueron mencionados, sino también en el orden de importancia que los mismos empresarios asignaron de manera cualitativa a los mismos.⁷

4.1.8. Razones de la importancia de los activos intangibles

Tabla 17: Razones de la importancia de los activos intangibles.

Razones de importancia de los activos intangibles	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %	Frecuencia normalizada %
Generadoras de ventajas competitivas	15	55.56%	18.29%
Contribución a la buena imagen de la empresa	20	74.07%	24.39%
Mejoran relaciones con clientes y proveedores	6	22.22%	7.34%
Contribuyen al crecimiento de la empresa	27	100%	32.93%
Mejoran accesibilidad al mercado	14	51.85%	17.07%
Total	82	303.70%	100%

Fuente: Elaboración propia.



Figura 9: Distribución de razones de importancia de los activos intangibles.

Fuente: elaboración propia.

Respecto a los activos identificados, es notorio que todos ellos pertenecen al área propia en la que se desempeñan las empresas analizadas. Las razones por las cuales los entrevistados valoran con mayor importancia a los activos mencionados consisten, todas ellas, en razones de orden comercial y son de carácter no excluyente, tal como se indica en la Tabla 17. Generadoras de ventajas competitivas 18.29%, contribución a la buena imagen de la empresa 24.39%, mejoran

relaciones con clientes y proveedores 7.34%, contribuyen al crecimiento de la empresa 32.93%, mejoran accesibilidad al mercado 17.07%.

4.1.9. Modalidades de adquisición de los activos intangibles

Tabla18: Modalidades de adquisición de activos intangibles.

Modalidades	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %	Frecuencia normalizada %
Generación interna	27	100%	84.38%
Adquisición independiente	4	14.81%	12.50%
Intercambio de activos con otras empresas	1	3.70%	3.12%
total	32	118.51%	100%

Fuente: Elaboración propia.

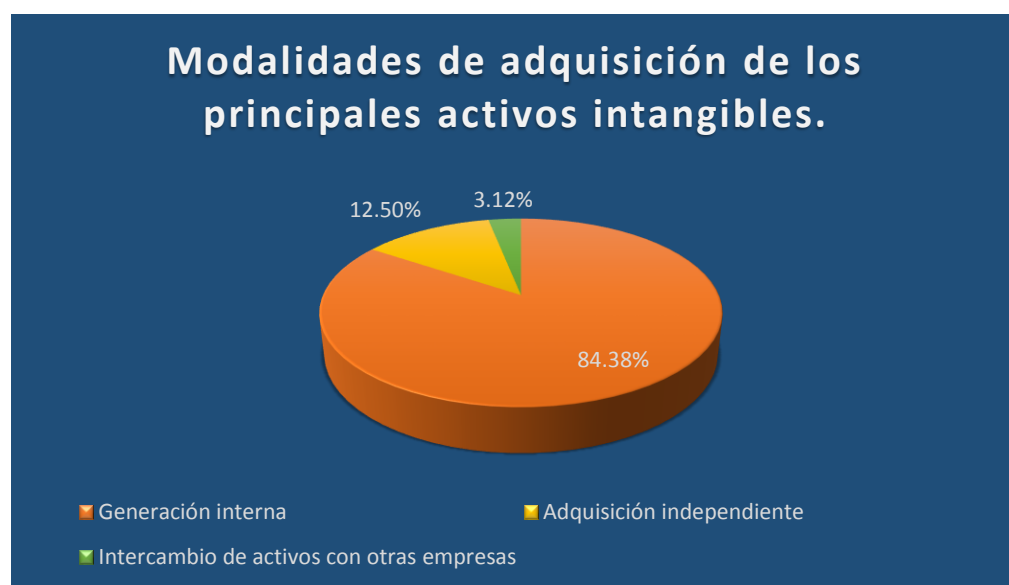


Figura 10: Modalidades de adquisición de activos intangibles.

Fuente: Elaboración propia.

Como resulta por demás consistente con la naturaleza de este tipo de empresas, todas ellas han generado internamente algunos de los activos intangibles que declaran poseer 84.38%, aunque algunas empresas también han adquirido algunos de esos activos mediante la modalidad de adquisición independiente es decir, por compra a terceros 12.50% e incluso han recurrido al intercambio de activos con otras empresas 3.12%, tal como se muestra en la Tabla 18.

4.1.10. Modalidades de incorporación de los activos intangibles en los estados financieros.

Tabla19: Modalidades de incorporación de activos intangibles en los estados financieros.

Modalidades	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa%
No se incorporan al balance ni a las notas a los estados financieros	21	77.78%
Solo se incorporan algunos al balance por su costo	4	14.81%
Solo se incorporan algunos como notas a los estados financieros	2	7.41%
Total	27	100%

Fuente: Elaboración propia.

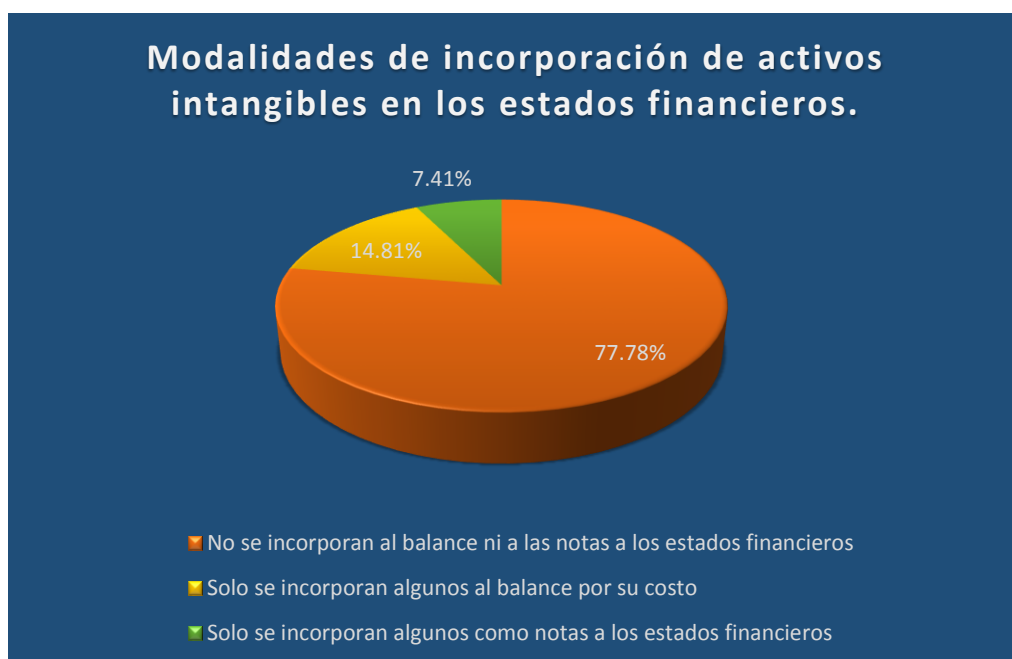


Figura 11: Modalidades de incorporación de activos intangibles a los EE.FF.
Fuente: Elaboración propia.

Respecto a la modalidad de incorporación o registro de los activos intangibles de las empresas en los estados financieros, las distintas modalidades empleadas poseen carácter excluyente, es decir, no coexisten en una misma empresa dos o más de tales modalidades. No se incorporan al balance ni a las notas estados financieros 77.78%, solo se incorporan algunos al balance por su costo 14.81%, solo se incorporan algunos como notas a los estados financieros 7.41%.

4.1.11. Método utilizado para valorar los activos intangibles en las empresas.

Tabla20: Método utilizado para valorar los activos intangibles en las empresas

Métodos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa%
Por su valor en el mercado	0	0%
Por su costo histórico	4	14.81%
Beneficios económicos pasados y futuros	0	0%
Ninguno	23	85.19%%
Total	27	100%

Fuente: Elaboración propia.

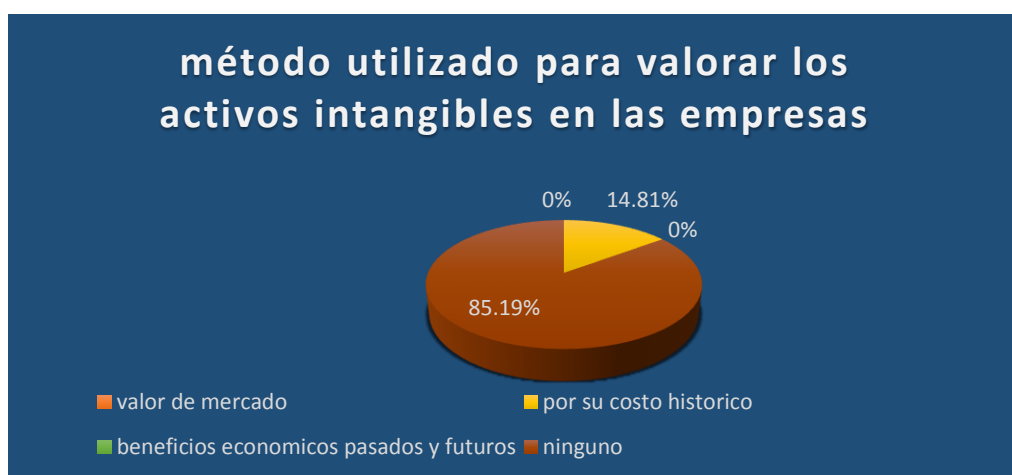


Figura 12: Método utilizado para valorar los activos intangibles en las empresas.

Fuente: Elaboración propia.

Como es lógico que ocurra, también son muy pocas las empresas, que utilizan algún procedimiento de valoración de estos activos 85.19%. De las que sí lo hacen, según se muestra en la Tabla 19, algunas empresas lo realizan sobre la base del costo histórico de los activos 14.81% y otras empresas como notas anexas a los informes financieros. En general, se trata de las empresas más grandes y están relacionadas con empresas de las que dependen de alianzas estratégicas, tanto nacionales como extranjeras.

En consecuencia, este hecho, posiblemente, sea el factor que explica el registro y valoración contable de los activos, dado que puede tratarse de una exigencia externa a la que dichas empresas deben responder.

4.1.12. Medios de control de las empresas sobre sus activos intangibles

Tabla21: Medios de control de las empresas sobre sus activos intangibles.

Medios de control de activos intangibles	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa%
Derecho de autor/ propiedad intelectual	17	62.96%
Acuerdos comerciales	1	3.70%
Ninguno	9	33.33%
total	27	100%

Fuente: Elaboración propia.

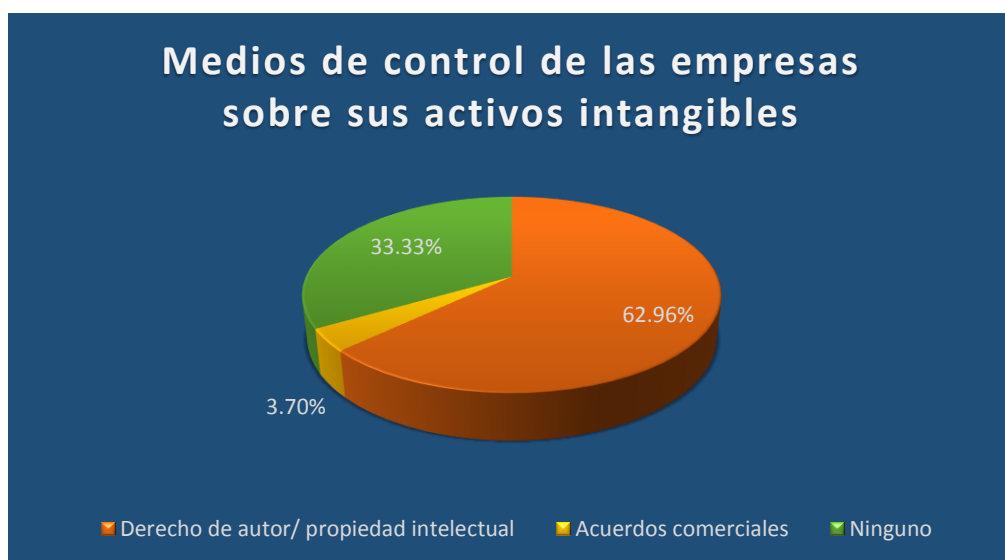


Figura 13: Medios de control de las empresas sobre sus activos intangibles.

Fuente: Elaboración propia.

Con relación a los medios de control sobre sus activos intangibles, las empresas utilizan los derechos de autor y propiedad intelectual 62.96%, como defensa legal contra las pretensiones de uso no autorizado de terceros y sólo una de las empresas analizadas utiliza los términos de un acuerdo comercial, como medio de control de sus activos intangibles 3.70%.

El resto de las empresas declara no poseer ningún medio de control formal de sus activos intangibles 33.33%.

4.1.13. Problemas y limitantes de la valoración de activos intangibles.

Tabla 22: Problemas y limitantes de valoración de activos intangibles.

Problemas de valoración de A. I	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %	Frecuencia normalizada %
Características de las normas contables	8	29.63%	17.39%
Escaso conocimiento de los procedimientos que pueden emplearse	17	62.96%	36.95%
Escasa transparencia del mercado de estos activos	2	7.41%	4.35%
Riesgos de presentación de información sensible	4	14.81%	8.69%
Escaso interés por falta de obligatoriedad de las normas contables	15	55.56%	32.61%
Total	46	170.37%	100%

Fuente: Elaboración propia.

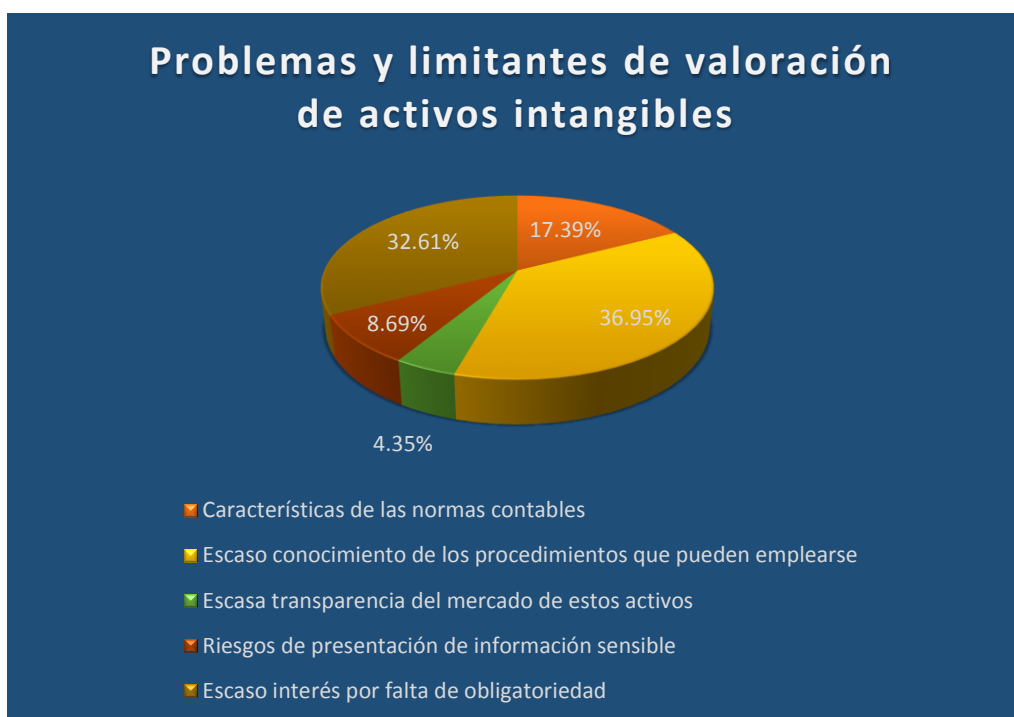


Figura 14: Problemas de valoración de los activos intangibles en las empresas.

Fuente: Elaboración propia.

A juicio de los entrevistados, las razones de estos problemas obedecen primordialmente al escaso interés que muestran los mismos empresarios

por causa de la falta de obligatoriedad legal de ocuparse de la valoración de activos intangibles 32.61 %, así como al escaso conocimiento de los procedimientos que pueden emplearse 36.95% y a los riesgos de presentar información estratégica en los estados contables 8.69%. Finalmente, sólo unos pocos entrevistados manifestaron que las características mismas de las normas contables 17.39% y la escasa transparencia del mercado de estos activos 4.35% son causas de importancia en los problemas y limitantes halladas (véase Tabla 22).

4.2. Discusión de resultados

- Los activos intangibles que están presentes en las empresas agroindustriales que forman parte de nuestro estudio son los más elementales, esto debido principalmente al tamaño de las empresas (microempresas) y a la falta de conocimiento para identificarlos. Según Capcha (2009). Los activos intangibles se dividen en dos grupos: identificables y los no identificables; los primeros incluyen entre otros, patentes, franquicias, marcas, concesiones, derechos sobre líneas telefónicas, base de datos, servidumbre y derecho de aguas. Y los no identificables más común es el menor valor de inversión.
- La importancia asignada a los activos intangibles presentes en las empresas y descritos con anterioridad, es asignada de acuerdo al beneficio económico y comercial que le dan las mismas. Según Becerril, Sánchez. (2012). se espera que los activos intangibles producirán ingresos en el futuro, su costo se difiere y será aplicado como un gasto en periodos posteriores, el valor real del intangible radica en su capacidad para generar utilidades, pues de no ser así no exige justificación para asignarles un valor en el estado de situación financiera.
- Los activos intangibles se puede representar en el estado de situación financiera siempre y cuando hayan sido valorizado algún método disponible, o también en las notas a los estados financieros. Según la NIC 38. Un activo intangible se medirá inicialmente por su costo normalmente, el precio que una entidad paga para adquirir separadamente un activo intangible reflejará las expectativas acerca de la probabilidad de que los beneficios económicos futuros incorporados al activo fluyan a la entidad. En otras palabras, la entidad esperará que haya una entrada de beneficios económicos, incluso si existe incertidumbre sobre la fecha o el importe de éstos. Por tanto, el criterio de reconocimiento de la probabilidad se

considerará siempre satisfecho en el caso de activos intangibles adquiridos de forma separada. Además, el costo de un activo intangible adquirido de forma independiente puede, habitualmente, ser medido con fiabilidad. Esto es particularmente válido cuando la contrapartida por la compra adopta la forma de efectivo o de otros activos monetarios.

- Muchos de activos intangibles presentes en las empresas no han sido reconocidos ni valorados principalmente por causa de desconocimiento y la existencia de normas y métodos complicados y no acorde con la realidad de todos los tipos de empresas existentes. Según Becerril, Sánchez. (2012). La mayoría de las empresas carecen del conocimiento de la existencia de los activos intangibles, al margen de esto, pasan desapercibidos y en lugar de poderlo considerarlo como una inversión, lo manejan directamente como un gasto” trata de dar un mejor entendimiento de los activos intangibles, que se definen como un bien inmaterial que implica un derecho o un privilegio en beneficio de una empresa, para tener derecho al uso o explotación de los mismos.

V. CAPÍTULO V : CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Al Catalogar los principales activos intangibles presentes en las empresas del sector agroindustrial de la provincia de San Martín. objeto de investigación encontramos que el 100% de ellas sí reconocen a los activos que están presentes en su empresa, de las cuales un 85.19% de ellas no los valoran contablemente y un 14.81% que si lo hace.
- Sobre los métodos de valoración en las empresas entrevistadas se concluye de que un 85.19% ; no utiliza ningún método de valoración; además el 14.81% utiliza el método del costo histórico que es el método más utilizado y el que sugieren las normas contables desestimando así otros métodos que podrían adecuarse al tipo de empresa que operan.
- Los principales problemas o limitantes para valorar los activos intangibles en las empresas entrevistadas son, características de las normas contables 17.39%; escaso conocimiento de procesos de valoración 36.95%; poca transparencia del mercado de estos activos 4.35%; riesgo de presentación de información sensible 8.69%; escaso interés por la falta de obligatoriedad de la norma 32.61%.

5.2. Verificación de las hipótesis

En el Capítulo 1. Introducción se planteó una hipótesis general y tres hipótesis específicas que suponían el punto de partida de la presente investigación. Cada una de ellas fue relacionada con una serie de objetivos, que se buscaban cumplir al comprobarlas.

A lo largo de los demás capítulos de la tesis, a medida que se avanzaba en la temática, se fueron resolviendo parte de ellas. De este modo, algunas hipótesis fueron verificadas en el marco teórico, mientras que otras debieron esperar los resultados y el análisis de la encuesta aplicada a las empresas que forman las unidades de análisis. Todo ello ha sido remarcado en cada momento de la investigación, así como mostrado en las conclusiones.

5.2.1. Hipótesis general

La hipótesis planteada era:

“La valoración de los activos intangibles en las Empresas Agroindustriales de la provincia de San Martín es inadecuada y utilizado mínimamente.”

A través del estudio documental se comprobó su veracidad. Además, el trabajo de campo corroboró dicha respuesta, que coincide con la reflexión personal de los graduandos, indicando por tanto que **es cierta**.

5.2.2. Hipótesis específicas

H₁: *No existe una clasificación única de activos intangibles; que se pueda considerar válido para todas las empresas.*

A través del estudio documental se comprobó su veracidad. Que coincide con la reflexión personal de los graduandos, indicando por tanto que **es cierta**.

H₂: *No existe un método único de valoración de activos intangibles indudablemente válido para cualquier empresa y en distintas circunstancias.*

En el marco teórico se comprobó toda ella, indicando por tanto que **es cierta**

H₃: La valoración de activos intangibles no se lleva a cabo, porque las empresas no poseen al alcance de sus manos los diferentes métodos de valoración de activos intangibles, ni profesionales que los puedan asesorar.

Hipótesis verificada en el marco empírico exclusivamente, y que **es cierta**.

5.3. Recomendaciones

- Las empresas agroindustriales ubicadas en la provincia de san Martin, aquellas que producen, procesan bienes tales como la leche, el café, el cacao, las vides, cereales y oleaginosas entre otras, organizaciones materia de estudio deben poner más énfasis y ser más rigurosos al reconocer sus activos intangibles, pues son estos los que generan liquidez, solvencia, rentabilidad para la misma. En otras palabras al reconocer estos activos intangibles la empresa multiplica y eleva su valor monetario en el mercado donde se desarrolla.
- Todas la empresas agroindustriales en especial aquellas materia de investigación deben conocer que, para valorar un activo intangible se pueden utilizar mínimamente el método de costo histórico que es el que nos recomienda la norma internacional de contabilidad N°38 dirigido para los diferentes activos intangibles presentes y que subyacen dentro de una organización.
- Los problemas descritos en la presente investigación pueden ser subsanados fácilmente el establecer programas de capacitación sobre valoración de activos intangibles a los empleados encargados de esta delicada, pero importante tarea.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alejo Becerril, L; Matías Sánchez; Sánchez Torres, L. (2012). *Los activos intangibles en las empresas*. (Tesis para titulación). Instituto Politécnico Nacional, Santo Tomas, México.

Álvarez Villanueva, C. (2010). *Hacia un nuevo modelo de valoración de intangibles*. (Tesis doctoral inédita). Universitat Jaume I, Castellon, España.

Ayala Zavala, P. (2001). *Normas Internacionales de Contabilidad -tomo II*. Lima: editor Marketing Consultores S.A.

Barriga Hernández, C. (1990). *Elementos de la investigación científica*. Primera edición. Lima: editorial Aula Nueva.

Beatriz Macagnan, C. (2007). *Condicionantes e implicación de revelar activos intangibles*. (Tesis doctoral inédita). Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, España.

Beltrán Guerrero, L. (2009). *Los activos intangibles en las empresas tecnológicas del sector servicios adscritas a la ZOLCCYT del estado de Mérida*. (Tesis de maestría inédita). Universidad de Mérida, Mérida, Venezuela.

Capcha, J. (2009). *Epistemología y valoración de activos intangibles: Metrología contable contemporánea*. Disponible en URL: [http://www.ciberconta.unizar.es/leccion/metrologia/METROLOGIA](http://www.ciberconta.unizar.es/leccion/metrologia/METROLOGIA.pdf) .pdf. (Consulta 15 de Julio del 2014).

Davis Brown, F., Golberg Smith, A. (2012). *Agroindustrias y globalización*. Primera edición. México: editorial Mc Graw Hill.

Funes Cataño, Y. (2009). *Valuación de activos intangibles caso de la UNAM*. Revista del centro de investigación. Pp 45-60.

Hernández Sampieri, R., Fernández collado, C. y Baptista Lucio, P. (2006) *Metodología de la investigación*. Cuarta Edición. México: Mc. Graw-Hill/ Interamericana Editores S.A. de C.V.

Hirache Flores L. (2014). *Normas Internacionales de Contabilidad*. Revista Actualidad Empresarial. Pp. 03-20.

Machado Suarez, J. (1995). *Rentabilidad de las empresas agroindustriales*. Primera edición. España: editorial Alfaguara.

Valdivia Loaysa, C., Ferrer Quea A. (2007). *Intangibles y activos biológicos*. Lima: editorial Pacifico S.A.

VII. ANEXOS

Tabla 16: MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLE DE INVESTIGACIÓN	DISEÑO	INSTRUMENTO
Problema General ¿Cómo se realiza la valoración de los activos intangibles en las empresas agroindustriales de la provincia de San Martín?	Objetivo General Describir la valoración de los activos intangibles en las empresas agroindustriales de la Provincia de San Martín Objetivos específicos 1.Catalogar los principales activos intangibles presentes en el sector Agroindustrial en la Provincia de San Martín 2.Determinar los procedimientos de valoración de los principales activos intangibles en la Provincia de San Martín 3. Establecer si existen problemas o limitantes para valorar los activos intangibles de las empresas agroindustriales de la provincia de San Martín.	Hipótesis La valoración de los activos intangibles en las Empresas Agroindustriales de la provincia de San Martín es inadecuada, casi inexistente.	Valoración de los activos intangibles	Descriptivo: M ↓ O M= muestra O= información	Entrevista

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 17: Operacionalización del objetivo específico 1.

OBJETIVO ESPECIFICO 1	VARIABLE	INDICADORES	INSTRUMENTOS	FUENTES DE INFORMACIÓN	PREGUNTAS EN EL CUESTIONARIO
Catalogar los principales activos intangibles presentes en las empresas del sector agroindustriales de la provincia de San Martín.	Tipos de activos intangibles presentes en las empresas	Activos intangibles: l. Conocimiento científico y tecnológico m. Diseño e implementación de nuevos procesos o nuevos sistemas n. Licencias o concesiones o. Patentes p. Derechos editoriales q. Derechos de autor r. Propiedad intelectual s. Franquicias t. Derechos comerciales u. Conocimientos comerciales o marcas (de servicios, de productos o corporativas) v. Diseños y prototipos m. Programas informáticos n. Cartera de clientes o. Lealtad de los clientes p. Relaciones comerciales con clientes o proveedores q. Cultura corporativa r. Secretos comerciales s. Sistemas de información tecnológica t. Alianzas y pertenencia a redes empresariales u. Plusvalías v. Otros	Guía de Entrevista Registro de información documental	Gerencia de las empresas Publicaciones y trabajos especiales Revistas Libros Normas Internacionales de Contabilidad	1 2 3 4 5 6 7 8 9

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 18: Operacionalización del objetivo específico 2.

OBJETIVO ESPECIFICO 2	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	FUENTES DE INFORMACIÓN	PREGUNTAS EN EL CUESTIONARIO
Determinar los procedimientos de valoración de los principales activos intangibles de las empresas agroindustriales de la provincia de San Martín.	Procedimientos de valoración contable de activos intangibles	Métodos y procedimientos de valoración empleados	Guía de Entrevista Registro de información documental	Gerencia de las empresas	10
				Estados financieros	11
				Manuales contables	12
				Publicaciones y trabajos especiales	13
				Revistas	14
				Libros	
				Normas Internacionales de Contabilidad	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 19: Operacionalización del objetivo específico 3.

OBJETIVO ESPECIFICO 3	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	FUENTES DE INFORMACIÓN	PREGUNTAS EN EL CUESTIONARIO
Establecer si existen problemas o limitantes para valorar los activos intangibles de las empresas agroindustriales de la provincia de San Martín.	Limitantes de concepción, identificación, separación, información, cuantificación y presentación	Limitantes o problemas	Guía de Entrevista Registro de información documental	Gerencia de las empresas Publicaciones especiales y trabajos Revistas Libros	15,16 17

Fuente: Elaboración propia.

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

GUÍA DE ENTREVISTA

TESIS: VALORACIÓN DE ACTIVOS INTANGIBLES EN LAS EMPRESAS AGROINDUSTRIALES DE LA PROVINCIA DE SAN MARTÍN.

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

- Razón social de la empresa:.....
- Año de fundación:.....
- Representante legal:.....
- RUC:.....
- Domicilio fiscal de la empresa:
- Tipo de organización:
- Fecha de la entrevista:

I. PRIMERA PARTE: ACTIVOS INTANGIBLES PRESENTES EN LAS EMPRESAS

1. ¿Cuál es la actividad a que se dedica la empresa?

.....
.....
.....

2. ¿Cuáles son los productos ofertados por la empresa?

.....
.....
.....

3. ¿Cuántos trabajadores tiene la empresa?

.....
.....
.....

4. ¿Poseen un programa de capacitación para el mejoramiento del desempeño de sus trabajadores?

.....
.....

5. ¿De qué manera lleva a cabo la empresa sus actividades internas de investigación, diseño y producción de nuevos productos o servicios? Explique

.....
.....
.....
.....

6. Indique ¿Cuáles de los siguientes activos intangibles están presentes en su empresa, están reconocidos y valorados contablemente?:

- A. Conocimiento científico y tecnológico disponible
- B. Diseño e implementación de nuevos procesos o nuevos sistemas
- C. Licencias o concesiones
- D. Patentes
- E. Derechos editoriales
- F. Derechos de autor
- G. Propiedad intelectual
- H. Franquicias
- I. Derechos comerciales
- J. Conocimientos comerciales o marcas (de servicios, de productos o corporativas)
- K. Diseños y prototipos
- L. Programas informáticos
- M. Cartera de clientes
- N. Lealtad de los clientes
- O. Relaciones comerciales con clientes o proveedores
- P. Cultura corporativa
- Q. Secretos comerciales
- R. Sistemas de información tecnológica
- S. Alianzas y pertenencia a redes empresariales
- T. Plusvalías
- U. Otros

7. De acuerdo con los activos intangibles que estén presentes en su empresa, por favor indique, según su criterio, la importancia que tiene cada uno de ellos en un orden descendente.

1º. _____
2º. _____
3º. _____
4º. _____
5º. _____
6º. _____
7º. _____
8º. _____
9º. _____

8. ¿Por qué considera usted que los activos intangibles mencionados en la lista anterior son los de mayor importancia para su empresa?

.....
.....
.....
.....

9. ¿A través de cuales de las siguientes modalidades ha adquirido la empresa sus principales activos intangibles? Explique

- Generación interna
- Adquisición independiente
- Adquisición como parte de una combinación de negocios
- Adquisición mediante una subvención del gobierno
- Intercambio de activos con otras empresas
- Otras formas, explique

.....
.....
.....
.....

II. SEGUNDA PARTE: VALORACIÓN DE ACTIVOS INTANGIBLES

10. ¿Están incorporados en los estados financieros de la empresa los activos intangibles mencionados en la pregunta N° 06?

.....
.....
.....
.....

11. Si su respuesta es positiva, ¿tales activos intangibles están reflejados en la estructura del balance general de la empresa o como notas anexas a los estados financieros?

.....
.....
.....
.....

12. ¿cuál ha sido el método utilizada para valorar los activos intangibles seleccionados en la pregunta N° 07? Explique

.....
.....

13. ¿Cuáles son los medios a través de los cuales la empresa ejerce control sobre sus activos intangibles? Explique

.....
.....
.....
.....

14. ¿Cuáles son los beneficios económicos generados por estos activos intangibles para la empresa? Explique

.....
.....
.....
.....

III. TERCERA PARTE: PROBLEMAS O LIMITANTES DE LA VALORACIÓN CONTABLE

15. ¿Cree usted que existen limitantes para valorar los activos intangibles de la empresa? Explique

.....
.....
.....
.....

16. ¿Cuáles han sido los problemas que ha confrontado la empresa en la aplicación de procesos y herramientas para identificar y valorar sus activos intangibles?

.....
.....
.....
.....

17. ¿Por cuáles razones se han producido los problemas antes descritos?

.....
.....